

## **Tutkimus nuorista pikaruokaravintoloiden käyttäjinä**

Mira Virtanen

Opinnäytetyö  
Hotelli- ja ravintola-alan liikkeen-  
johdon koulutusohjelma 2014.



|   |   |
|---|---|
| <b>Tekijä(t)</b><br>Mira Virtanen   |   |
| <b>Koulutusohjelma</b><br>Hotelli- ja ravintola-alan liikkeenjohdon koulutusohjelma   |   |
| <b>Opinnäytetyön otsikko</b><br><br>Tutkimus nuorista pikaruokaravintoloiden käyttäjinä   | <b>Sivu- ja liitesivumäärä</b><br>44+ 7 |
| <b>Opinnäytetyön otsikko englanniksi</b><br><br>Research of young users of fast food restaurants  |   |
| <p>Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää millainen mielikuva nuorilla on pikaruokan energiapitoisuudesta ja vastaako se todellisuutta. Opinnäytetyössä selvitettiin kuinka usein nuoret käyvät pikaruokaravintoloissa ja millä perusteella pikaruokaravintola valitaan. Lisäksi tutkimuksessa selvitettiin kuinka paljon pikaruokan hinta vaikuttaa nuorten ostopäätökseen.</p> <p>Opinnäytetyön tavoitteena oli siis selvittää millainen mielikuva nuorilla on pikaruokan energiapitoisuudesta ja vastaako se todellisuutta. Lisäksi tavoitteena oli selvittää kuinka paljon ruoan terveellisyys vaikuttaa nuorten ostopäätökseen ja millä perusteilla pikaruokaravintola valitaan. Tavoitteena oli myös selvittää kuinka paljon pikaruokan hinnalla on vaikutusta ostopäätökseen ja ymmärtävätkö nuoret ylipäättänsä energiansaantinsa ja vastaako se yleisiä suosituksia. Lisäksi tutkimuksella haluttiin selvittää kuinka paljon nuoret kiinnittävät terveyteen huomiota ostopäätöksessään pikaruokaravintolassa ja olisiko energiamerkinnöillä pikaruokaravintoloiden ruokalistoissa vaikutusta heidän ostopäätökseensä.</p> <p>Tutkimus toteutettiin määrällisen tutkimuksen avulla ja tutkimusmateriaali kerättiin käyttäen kyselytutkimusta. Kyselytutkimus suoritettiin julkisilla paikoilla Helsingin keskustassa kolmena päivänä. Kyselyyn vastanneet henkilöt valittiin sattumanvaraisesti paikalla olleista alle 30-vuotiaista nuorista aikuisista. Kyselyyn vastasi yhteensä 76 henkilöä.</p> <p>Tutkimustulokset osoittivat nuorten energiansaannin mielikuvan olevan hyvin realistinen ja heidän ymmärtävän pikaruokan energiapitoisuuden hyvin. Tulokset osoittivat, että pikaruokan energiapitoisuus arvioitiin jopa todellisuutta suuremmaksi. Tutkimukseen osallistuneet vastaajat kokivat pikaruokan miellyttävyyden tärkeämmäksi kuin sen hinnan. Toisaalta lähes kaikki vastaajat kokivat pikaruokan hinnan vaikuttavan heidän ostopäätökseensä ainakin jonkun verran. Tutkimustulokset osoittivat lisäksi, ettei miesten ja naisten välillä ollut suuria eroja. Myöskään ikä tai koulutus ei aiheuttanut huomattavia eroja saatuihin tutkimustuloksiin.</p> |   |
| <b>Asiasanat</b><br>Pikaruoka, energiapitoisuus, mielikuva, ravitseminen, kulutus, ostokäyttäytyminen   |   |

## Sisällys

|       |  |    |
|-------|--|----|
| 1     | Johdanto .....   | 1  |
| 2     | Ravitsemussuositukset .....  | 3  |
| 2.1   | Suomalaiset ravitsemussuositukset .....                              | 3  |
| 2.2   | Lautasmalli .....  | 5  |
| 2.3   | Ruokakolmio .....  | 5  |
| 2.4   | Energiansaanti ja kulutus .....                                      | 6  |
| 2.5   | Energia ravintoaineiden saanti .....                                 | 7  |
| 2.6   | Ravitsemus ja liikunta .....   | 8  |
| 3     | Pakkaus- ja terveystunnukset elintarvikkeissa ja ravintoloissa ..... | 9  |
| 3.1   | Ravintoarvomerkinnot elintarvikkeissa .....                          | 9  |
| 3.2   | Elintarvikemerkinnot ravintoloissa .....                             | 10 |
| 4     | Nuorten kuluttaminen ja ostokäyttäytyminen .....                     | 12 |
| 4.1   | Mistä nuoret saavat kulutettavat tulot? .....                        | 13 |
| 4.2   | Mihin nuoret kuluttavat? .....                                       | 14 |
| 4.3   | Nuorten ostokäyttäytyminen .....                                     | 15 |
| 4.4   | Demografiset tekijät .....   | 15 |
| 4.5   | Psykologiset tekijät .....   | 16 |
| 4.5.1 | Tarpeet ja tunteet .....   | 16 |
| 4.5.2 | Motiivit .....   | 17 |
| 4.5.3 | Arvot ja asenteet .....  | 17 |
| 4.5.4 | Persoonallisuus ja elämäntyyli .....                                 | 18 |
| 4.6   | Sosiaaliset tekijät .....  | 18 |
| 4.6.1 | Perhe .....  | 19 |
| 4.6.2 | Sosiaaliset yhteisöt .....   | 19 |
| 5     | Kyselytutkimus .....   | 20 |
| 5.1   | Opinnäytetyön aikataulu .....  | 20 |
| 5.1   | Tutkimusmenetelmä ja tutkimuksen toteutus .....                      | 21 |
| 5.2   | Kyselylomakkeen laadinta .....                                       | 22 |
| 6     | Tutkimustulokset .....   | 25 |
| 6.1   | Vastaajien perustiedot .....   | 25 |
| 6.2   | Vastaajien kulutus pikaruokaravintoloissa .....                      | 26 |
| 6.3   | Ruoan terveellisyys ja päivän energiansaanti .....                   | 30 |
| 6.4   | Pikaruokien energiapitoisuuden arvioiminen .....                     | 32 |
| 7     | Tulosten pohdinta .....  | 38 |
| 8     | Johtopäätökset .....   | 42 |
|       | Lähteet .....  | 45 |
|       | Liitteet .....   | 48 |
|       | Liite 1. Tutkimuksen kyselylomake .....                              | 48 |



# 1 Johdanto

Tämän opinnäytetyön aiheena oli tutkia alle 30-vuotiaita nuoria pikaruokaravintoloiden käyttäjinä. Työ sai alkunsa tekijän oman mielenkiinnon pohjalta, eikä sitä toteutettu toimeksiantona. Uusia pikaruokaravintoloita rantautuu Suomeen jatkuvasti lisää. Etenkin nuoria voidaan pitää usein pikaruokaravintoloiden kuluttajina, ja heidän keskuudessaan on yhä trendikkäämpää kulkea kadulla Starbucksin kahvi kädessä tai syödä Burger Kingissä.

Tämän päivän elämäntapa on yhä kiireisempää ja myös ruoalta vaaditaan nopeutta ja helppoutta. Lounasaika on rajallinen jolloin helposti päädytään nopean ja vaivattoman pikaruogan luokse. Erään tutkimuksen mukaan jopa 23 prosenttia yhdysvaltalaisista aliarvioi lounaansa energiapitoisuuden pikaruokaravintolassa (Corby-Edwards 2012, 2). Tämän johdosta esimerkiksi Yhdysvalloissa onkin alettu merkitsemään pikaruokien energiamäärät pikaruokaravintoloiden ruokalistoihin. Tämän on koettu vaikuttaneen positiivisesti kuluttajien ostopäätöksiin, ja täten myös väestön terveyteen. Tässä työssä perehdytäänkin juuri siihen, ymmärtävätkö nuoret pikaruogan energiapitoisuuden ja vastaako heidän mielikuvansa todellisuutta.

Mielenkiinto opinnäytetyön aihetta kohtaan heräsi monesta eri syystä. Opinnäytetyön tekijä on itse työskennellyt ravintola-alalla useita vuosia ja on itse ollut kiinnostunut ravintolaruoan terveellisyydestä. Lisäksi kirjoittaja on käynyt tutustumassa elintarviketiedon luentoihin Helsingin Yliopistolla. Tavoitteena olikin saada yhdistettyä opinnäytetyön tekemiseen kaksi kiinnostavaa aiheetta: ravintolassa työskentely ja elintarviketieto. Vastaavan laista työtä ei ole aikaisemmin tehty, joka oli myös yksi mielenkiintoa herättävistä tekijöistä.

Tutkimuksessa pyritään vastaamaan tutkimusongelmaan. Tämän opinnäytetyön tutkimusongelmana oli selvittää kuinka hyvin nuorten mielikuva pikaruogan energiapitoisuudesta vastaa todellisuutta. Tutkimuksessa selvitettiin lisäksi kuinka tutkittavien henkilöiden ikä, sukupuoli ja koulutus vaikuttivat tutkimuksen tuloksiin.

Tutkimuksen alaongelmana oli selvittää kiinnostävätkö nuoret huomiota pikaruogan terveellisyyteen ravintolassa ja jos kiinnostävät niin mihin. Lisäksi toisena alaongelmana oli selvittää kuinka paljon pikaruogan hinta vaikuttaa nuorten ostopäätökseen. Viimeisenä alaongelmana on selvittää vastaako nuorten käsitys heidän päivän energiansaannista todellisuutta ja ymmärtävätkö he oman energiantarpeensa.

Tutkimuksessa selvitettiin kuinka usein nuoret käyvät pikaruokaravintoloissa ja millä perusteella pikaruokaravintola valitaan. Lisäksi tutkimuksessa tutkittiin vaikuttaisiko pikaruokaravintoloiden ruokalistoihin lisätyt ravintosisällöt ostopäätökseen ja kiinnittäkö nuoret ruoan terveellisyyteen ylipäättänsä huomiota ostotilanteessa ravintolassa.

Työn tavoitteena oli selvittää millainen mielikuva nuorilla on pikaruoan energiapitoisuudesta ja vastaako se lähellekään todellisuutta. Tavoitteena oli myös selvittää kuinka paljon ruoan terveellisyys vaikuttaa nuorten ostopäätökseen ja mikä on suurin motiivi pikaruokaravintolan valintaan. Lisäksi tavoitteena oli selvittää kuinka paljon pikaruoan hinta vaikuttaa nuorten ostopäätökseen ja ymmärtävätkö nuoret oman energian tarpeensa ja vastaako se yleisiä suosituksia.

Tämän opinnäytetyön tutkimuksessa käytettiin tutkimusmenetelmänä kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusta. Tutkimusmenetelmään päädyttiin, jotta vastauksia saataisiin mahdollisimman paljon ja tuloksia voitaisiin tarkastella mahdollisimman yleisellä tasolla. Tutkittavat henkilöt valittiin sattuman varaisesti julkisilta paikoilta Helsingin keskustasta kolmen päivän aikana. Tämän avulla saatiin mahdollisimman monipuolinen näyte. Kyselylomake toteutettiin paperiversiona, jolloin vastaajien oli helppo ja nopea vastata kyselyyn. Kyselylomake oli toteutettu monivalintakysymyksiä avulla, joka teki sen täyttämisen entistä helpommaksi. Lisäksi tulokset oli helposti vertailtavissa.

Opinnäytetyön tietoperusta koostuu kolmesta kappaleesta. Ensimmäisessä kappaleessa tutustutaan suomalaisiin ravitsemussuosituksiin. Ravitsemussuosituksista lukija saa käsityksen siitä millaiset uusimmat ravitsemussuositukset ovat, ja näin myös tutkimuksen tuloksia on helpompi analysoida. Toisessa kappaleessa tutustutaan pakkaus- ja elintarvikemerkintöihin elintarvikkeissa ja ravintoloissa. Viimeisessä kolmannessa kappaleessa perehdytään nuorten kuluttamiseen ja ostokäyttäytymiseen. Kappaleessa käsitellään nuorten kulutuksen lähteitä ja kohteita, ja lisäksi perehdytään ostopäätöksen muodostumiseen. Opinnäytetyön lopussa käsitellään kyselytutkimuksen muodostumista ja sen etenemistä. Lopuksi esitellään tutkimustulokset, tulosten pohdinta ja johtopäätökset.

## 2 Ravitsemussuositukset

Tässä luvussa tutustutaan suomalaisiin ravitsemussuosituksiin. Suomalaisia ravitsemussuosituksia on käytetty opinnäytetyön tutkimuksen pohjana. Ravitsemussuosituksiin on tarkoitus tutustua niin, että saadaan näkökulmaa siitä millaiset ovat tämän päivän ravitsemussuositukset. Ravitsemussuosituksiin tutustuminen auttaa lisäksi tulkitsemaan myöhemmin tutkimustuloksia.

Ravitsemussuositukset ovat suuntaa antavia ohjeita energian sekä ravintoaineiden saannista. Ravitsemussuositusten merkitys muuttuu eri elämänvaiheissa. Maa- ja Metsätaloudenministeriön alainen Valtion ravitsemusneuvottelukunta (VRN) asettaa muutaman vuoden välein suomalaiset ravitsemussuositukset. Ravitsemussuositukset perustuvat laajoihin tutkimuksiin, joissa huomioidaan eri ravintoaineiden tarpeet ja ravintoaineiden vaikutus eri sairauksiin ja terveyden edistämiseen. Uusimmat suositukset on päivitetty vuonna 2014. (Valtion ravitsemusneuvottelukunta 2014, 5.)

Neuvottelukunnan tärkein tehtävä on valtakunnallisen ravitsemuksen seuranta ja kehittäminen. Suomalaisia ravitsemussuosituksia laadittaessa ravitsemusneuvottelukunnan on huomioitava suomalaisten ruokakulttuuri, ruoankäyttötottumukset ja niistä saatavat ravintoaineet. Ravitsemussuosituksia päivitetään säännöllisesti, kun saadaan uusia tutkimustuloksia tai väestön elintapojen muuttuessa. Ravitsemussuositusten ensisijaisena tavoitteena on vaikuttaa positiivisesti suomalaisten kansanterveyteen, sekä ehkäistä ravintoperäisiä sairauksia. Ravitsemussuositukset ovat koko valtion ravitsemuspolitiikan perusta. Ravitsemussuosituksia käytetäänkin hyödyksi neljällä eri tavalla: seurannassa, ohjauksessa, suunnittelussa ja viestinnässä. (Valtion ravitsemusneuvottelukunta 2014, 8–10.)

Suomalaisten ravitsemussuositusten pohjana ovat pohjoismaalaiset ravitsemussuositukset, jotka julkaistiin edellisen kerran syksyllä 2013. Suomalaisten ruokakulttuuri ja ruokattumukset ovat hyvin yhdenkaltaiset muiden pohjoismaalaisten kanssa, joten myös ravintoaineperäiset sairaudet ovat yhdenkaltaisia. Yhteistyöllä on aikaan saatu ravitsemussuositukset, joissa huomioidaan pohjoismaalaisten ruokakulttuuri, elintarvikkeet ja ruokailutottumukset. (Valtion Ravitsemusneuvottelukunta 2014, 5.)

### 2.1 Suomalaiset ravitsemussuositukset

Tuoreimmat suomalaiset ravitsemussuositukset on julkaistu tammikuussa 2014, jotka perustuvat syksyllä 2013 julkaistuihin pohjoismaalaisiin suosituksiin. Tuoreimmissa ravitse-

mussuosituksissa painotetaan entistä enemmän ruokavalion kokonaisuuden tärkeyttä ja ruokavalion ja terveyden yhteyttä. Lisäksi neuvottelukunta on esittänyt uudistetun lautasmallin ja ruokakolmion, jotka tukevat ja havainnollistavat suositeltavia terveyttä edistäviä ruokavalintoja. (Kuvio 1. ja Kuvio 2.) Uusia suuria muutoksia ravintoainekohtaisiin suosituksiin ei ole tehty, vaan niitä on tarkennettu uusien tutkimusten myötä. Uudet tarkennukset koskevat etenkin kouluja, hoitolaitoksia, ja päiväkoteja. Tällaisia muutoksia ovat esimerkiksi D-vitamiinin saantisuosituksen nostaminen ja suolan suositusmäärän alentaminen. Uusissa ravitsemussuosituksissa ruokavalintoja on esitetty lisäksi kestävästä kehityksen kannalta. (Valtion ravitsemusneuvottelukunta 2014, 5.)

Ravitsemussuosituksissa painotetaan säännöllisen ruokailun tärkeyttä ja terveyttä edistävien ruokien merkitystä. Säännöllisellä ruokailurytmillä elimistön sokeripitoisuus pysyy tasaisena ja näläntunne pysyy poissa. Säännöllinen ateriarytmi estää myös hampaiden reikiintymistä sillä silloin suu ei joudu jatkuvasti erilaisten happohyökkäyksien kohteeksi. Kun syömisrytmi on säännöllistä, myös napostelu vähenee, ja tällöin painonhallinta helpottuu. Jokapäiväisillä valinnoilla on suuri merkitys. Hyvä ruoka on monipuolista ja sitä syödään kohtuudella. Avainsääntö on, että energiansaanti vastaa kulutusta. (Valtion Ravitsemusneuvottelukunta 2014, 24.)

Vuoden 2012 Finravinto -tutkimuksen tulosten mukaan, suomalaiset aikuiset syövät keskimäärin 6 ateriaa päivässä. Työpäivinä suomalaiset söivät keskimääräisesti useimmin kuin vapaapäivinä ja työpäivinä vain 17 prosenttia miehistä ja 16 prosenttia naisista ei syönyt lounasta. Tutkimukseen osallistuneista suurin osa söi säännöllisesti aamupalan. Aamiaisesta, lounaasta ja päivällistä tutkimukseen osallistuneet miehet saivat 64 prosenttia koko päivän energiansaannista kun naisilla luku oli 59 prosenttia. Tutkimuksen mukaan henkilöiden päivän energiansaannissa oli kaksi selvää huippua, lounas ja päivällinen. (Finravinto 2012, 25–28.)

Ravitsemussuositukset on laadittu terveille ja kohtalaisesti liikkuville ihmisille. Ravitsemussuosituksissa on kuitenkin huomioitu, että saantisuositukset vaihtelevat yksilöiden ja elämäntilanteiden mukaan. Suositukset ovat myös suunniteltu pitkän aikavälin tarkastelulle. (Valtion ravitsemusneuvottelukunta 2014, 8.)



## 2.2 Lautasmalli

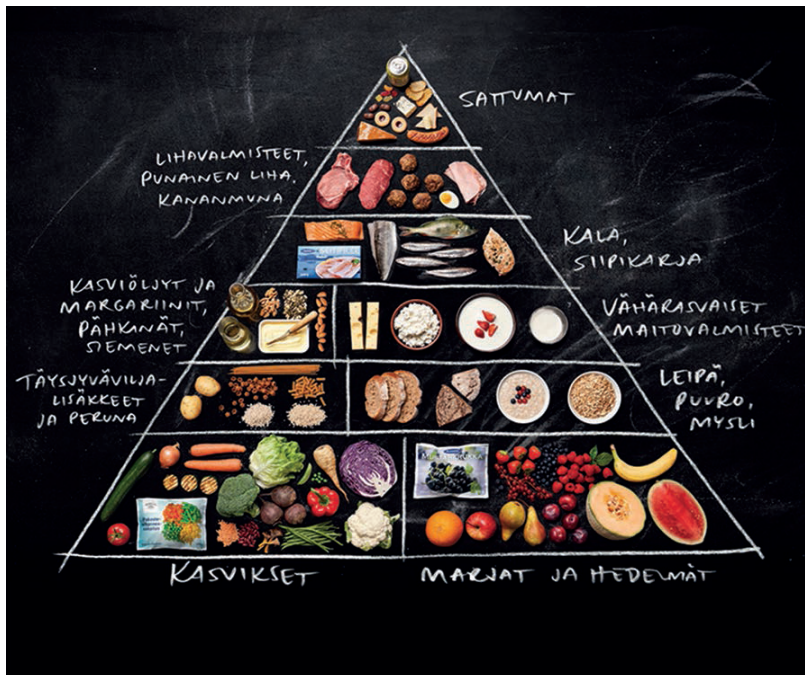
Lautasmalli (Kuvio 1.) auttaa kokoamaan hyvän ja tasapainoisen aterian. Lautasesta puolet tulisi olla kasviksia, kuten salaattia, kasviksia tai raastetta. Salaatti voi sisältää kasviöljypohjaisen salaattikastikkeen. Noin neljäsosa lautasesta tulisi koostua täysjyväviljalisäkkeestä, kuten perunasta, täysjyväriisistä tai -pastasta. Viimeinen neljännes lautasesta koostuu lihasta tai kalasta. Kasvisruokailija täyttää tämän osan esimerkiksi kananmunalla, palkokasveilla tai siemenillä. Paras janojuoma on vesi, mutta ruokajuomaksi käy myös rasvaton maito tai piimä. Aterialle lisukkeeksi sopii myös pala täysjyväleipää, kuten ruisleipää, mikä voidellaan pienellä määrällä kasvisrasvaveitettä. Halutessaan jälkiruoka voidaan nauttia marjoja tai hedelmiä. (Valtion ravitsemusneuvottelukunta 2014, 20.)



Kuvio 1. Lautasmalli (Valtion ravitsemusneuvottelukunta 2014, 20.)

## 2.3 Ruokakolmio

Ruokakolmion (Kuvio 2.) avulla havainnollistetaan kuinka terveellisyttä edistävä ruokavalio rakentuu. Ruokakolmion tulkinta aloitetaan kolmion pohjalta. Pohjan ruoka-aineet rakentavat arkiruoan perustan. Mitä ylemmäksi kolmiota mennään, sitä vähemmän ruoka-aineet kuuluvat terveyttä edistävään päivittäiseen ruokavalioon. (Valtion ravitsemusneuvottelukunta 2014, 19.)



Kuvio 2. Ruokakolmio (Valtion ravitsemusneuvottelukunta 2014, 19.)

## 2.4 Energiansaanti ja kulutus

Valtion ravitsemusneuvottelukunta ei ole säätänyt tarkkoja suosituksia energiensaannista, vaan siitä on laadittu tietyt viitearvot, jotka ylläpitävät normaalipainoa. Normaalipaino määritetään painoindeksin avulla. Energiansaannin laskemisen lähtökohtana on jokaisen oma perusaineenvaihdunta (PAV). Perusaineenvaihdunta on erilainen sukupuolesta, iästä ja painosta riippuen. Päivän energiensaantisuosituksissa lasketaan perusaineenvaihdunnan ja fyysisen aktiivisuuden avulla. Fyysiseen aktiivisuuteen vaikuttaa esimerkiksi työn luonne, hyötyliikunta ja liikuntatottumukset. Mitä raskaampi työ on fyysisesti, sitä enemmän ihminen tarvitsee energiaa. Päivän energiantarpeen laskemisessa käytetään apuna fyysisen aktiivisuuden ja perusaineenvaihdunnan laskemisen kaaviota. Mitä suurempi kerroin on, sitä suurempi aktiivisuuden taso on. Energiantarve lasketaan kertomalla perusaineenvaihdunta (PAV) fyysisen energiatason määrällä (PAL). Energian tarpeet on esitetty tarkemmin taulukossa 1. (Valtion Ravitsemusneuvottelukunta 2014, 26.)

Taulukko 1. Eri-ikäisten miesten ja naisten energian tarpeen viitearvot ja fyysisen aktiivisuuden tasot vähän ja paljon liikkuvalla (Valtion ravitsemusneuvottelukunta 2005, 11.)

| Ikä, v        | Paino, kg | PAV | Vähän liikkuva (PAL)<br>1,6 | Paljon liikkuva (PAL)<br>1,8 |
|---------------|-----------|-----|-----------------------------|------------------------------|
| <b>Miehet</b> |           |     |                             |                              |
| 18-30         | 76        | 7,7 | 12,3                        | 13,8                         |
| 31-60         | 77        | 7,4 | 11,8                        | 13,3                         |
| <b>Naiset</b> |           |     |                             |                              |
| 18-30         | 62        | 5,9 | 9,4                         | 10,7                         |
| 31-60         | 63        | 5,8 | 9,2                         | 10,4                         |

Ihminen käyttää energiaa pääasiassa kolmella eri tavalla: Perusaineenvaihduntaan, ruoansulatukseen ja liikuntaan. Perusaineenvaihdunnalla tarkoitetaan välttämättömiä elintoimintoja, kuten keuhkojen ja sydämen toimintoja. Näistä kolmesta perusaineenvaihdunta vie eniten energiaa, noin 50–70 prosenttia. Ruoansulatus vie ihmisen tarvitsemasta energiasta noin 10 prosenttia ja liikunta vain noin 10 prosenttia. Päivittäiset askareet, kuten siivoaminen ja kotityöt vievät energiaa jopa 20–30 prosenttia. Energiaravintoaineiden sisältämää energian määrää kuvataan kilokaloreilla (kcal) ja kilojouleilla (kJ). Tässä tutkimuksessa energian määrää kuvaamaan käytetään kilokaloreita (kcal). (Terveellinen ruokavalio 2014.)

## 2.5 Energiaravintoaineiden saanti

Energiaravintoaineiden suosituksissa tulee huomioida niiden riippuvuus toisistaan. Jonkin toisen ravintoaineen puutetta ei tule korvata toisella ravintoaineella. Energiaravintoaineisiin lasketaan rasvat, hiilihydraatit, proteiinit ja alkoholi. Eli kaikki ne ravintoaineet josta saadaan energiaa. Ravitsemussuosituksen mukaisesti hiilihydraatteja tulisi saada koko energiansaannista 45–60 prosenttia. Hiilihydraatteja valittaessa tulee kuitenkin kiinnittää huomiota niiden laatuun. Hyviksi hiilihydraateiksi luetaan täysjyväviljatuotteet, marjat, kasvikset ja hedelmät. Rasvojen saantisuositus koko energiansaannista on 25–40 prosenttia. Kuitenkin myös rasvojen laatu on erittäin tärkeää. Kertatydyttyneiden rasvahappojen saantisuositus on 10–20 prosenttia ja monitydyttymättömien rasvahappojen saantisuositus on 5–10 prosenttia. Proteiinien saantisuositus koko energiansaannista on 10–20 prosenttia. Ikääntyvillä ihmisillä saantisuositus on hieman suurempi, noin 15–20 prosenttia. (Valtion ravitsemusneuvottelukunta 2014, 25–26.)

Finravinto 2012 – tutkimustulosten mukaan suomalaiset työkäiset (25–64 v.) miehet saivat keskimäärin 2243 kcal päivässä ja naiset 1733 kcal. Tutkimus osoitti, että miesten ruokavalio sisälsi naisia enemmän alkoholia, mutta naisia vähemmän hiilihydraatteja. Sekä miehet, että naiset saivat rasvaa kokonaisenergiasta noin 36 prosenttia ja tyydyttyneitä rasvoja 14 prosenttia. Tyydyttyneiden rasvojen saanti ylittää selvästi saantisuosituksen, joka on alle 10 prosenttia kokonaisenergiasta. Myös suolansaanti oli sekä naisilla, että miehillä liian korkea. Rautaa ja folaattia saatiin kummassakin sukupuolella saantisuositusta vähemmän. Naiset saivat keskimääräisesti miehiä enemmän hiilihydraatteja, kuituja ja sokereita. Kaikki haastateltavat saivat keskimääräisesti enemmän rasvaa ja proteiineja kuin suositellaan, mutta hiilihydraatteja saatiin suosituksia vähemmän. Eniten energiaa ja energiaravintoaineita saatiin liha-, vilja- ja maitotuotteista. (Finravinto 2012, 47.)

## **2.6 Ravitsemus ja liikunta**

Terveellinen ravinto ja riittävä liikunta edistävät terveyttä. Liikunnan avulla voidaan ehkäistä monia sairauksia kuten diabetesta ja liikalihavuutta. Säännöllisen liikunnan avulla voidaan parantaa toimintakykyä ja kohentaa omaa jaksamista ja terveyttä. (Sosiaali- ja terveysministeriö 2008.)

Liikunta on avaintekijä painonhallinnassa ja sillä on suora vaikutus ihmisen itsetuntoon. Liikunnan avulla pienennetään riskiä sairastua lihavuuteen liittyviin sairauksiin. Liikunnan avulla voidaan ennaltaehkäistä ikääntyvien ikäihmisten tuki- ja liikuntaelimestön sairauksia, sekä sillä on välttämätön vaikutus lasten kasvuun ja kehittymiseen. (Parkkinen & Sertti 2006, 157.)

Terveyttä edistävää liikuntaa aikuisten tulisi harrastaa päivittäin ainakin puoli tuntia. Tällöin liikunnan tulisi olla kohtuullisen kuormittavaa tai raskasta liikuntaa, jonka avulla energiaa kulutetaan vähintään 150 kcal. Painonhallinnan avuksi kohtuullisesti kuormittavaa liikuntaa tulee harrastaa vähintään tunnin ajan päivässä. Kasvavien lasten ja nuorten tulisi harrastaa monipuolista liikuntaa vähintään tunti päivässä. (Parkkinen & Sertti 2006, 158–159.)

### **3 Pakkaus- ja terveysmerkinnät elintarvikkeissa ja ravintoloissa**

Tässä osiossa tutustutaan elintarvikkeiden pakkaus- ja terveysmerkintöihin. Kappaleessa on tarkoitus esittää lukijalle millaista tietoa kuluttaja saa pakkaus- ja terveysmerkinnöistä, ja mitkä niistä ovat valmistajalle pakollisia ja mitkä vapaaehtoisia. Lisäksi esitetään pakkaus- ja terveysmerkintöjen merkitystä ravintoloissa, josta esimerkkinä on Yhdysvalloissa tehdyt tutkimukset ja asetetut säädökset.

Elintarviketuotteiden pakkaus- ja terveysmerkintöjen on tarkoitus antaa kuluttajalle enemmän tietoa tuotteesta ja sen sisällöstä. Pakkausmerkintöjen avulla kuluttaja voi valita itselleen parhaiten sopivan tuotteen ja tutustua tuotteiden eroihin. Pakkausmerkintöihin on myös lisätty yleisimmin allergisoivat ainesosat. Pakkausmerkinnöistä löytyy ainesosaluettelo, johon on merkitty kaikki tuotteen valmistuksessa käytetyt ainesosat. Ainesosataulukko on koottu niin, että tuotteen eniten sisältävä tuote on listan ensimmäisenä. Ravintoaineissa pakollisia pakkausmerkintöjä ovat elintarvikkeen nimi ja ainesosaluettelo. (Ravitsemusneuvottelukunta 2014, 34.)

#### **3.1 Ravintoarvomerkinnot elintarvikkeissa**

Ravintoarvomerkinnot kertovat kuluttajalle tietoa tuotteen ravitsemuksellisuudesta, ravintoaineiden määrästä, sekä energiasisällöstä. Ravintoarvomerkinnot avulla kuluttaja saa enemmän tietoa elintarviketuotteen terveellisyydestä ja sisällöstä, jolloin kuluttaja voi arvioida tuotteen merkitystä päivittäisten ravintoaineiden saannin kannalta. (Elintarviketurvallisuusvirasto Evira.)

Tällä hetkellä ravintoarvomerkinnot ei ole pakollinen ravintoaineen valmistajalle. Ravintoarvomerkinnot on pakollinen vasta, kun tuotteessa esitetään jokin terveystuote tai elintarviketuote on jokin erityisruokavalmiste. EU:n lakiasetukseen on kuitenkin haettu muutosta ja elintarvikearvomerkinnot tulee pakolliseksi suurimpaan osaan elintarviketuotteista vuoden 2016 loppuun mennessä. (Elintarviketurvallisuusvirasto Evira 2014.)

Elintarvikearvomerkinnot kerrotaan tuotteen sisältämät hiilihydraattien, proteiinien, rasvojen ja energian määrät. Lisäksi elintarvikemerkinnot tulee selvitä tuotteen sisältämät suolan, sokerin ja tyydyttymättömän rasvan määrät. Määrät tulee ilmoittaa joko 100 grammassa tai 100 millilitrassa. Ravintoarvojen määrät voidaan esittää myös yhdessä annoskoossa. Tällöin kuluttajan on helpompi arvioida elintarvikkeen vaikutuksen päivittäis-

ten ravintoaineiden saannin kannalta. Tämä on hyvä huomioida etenkin virvoitusjuomien pakkausmerkinnöissä, sillä pakkauskoko on usein huomattavasti suurempi verrattuna ravintoainemerkintöihin jotka ovat usein ilmoitettu 100 millilitrassa. (Valtion ravitsemusneuvottelukunta 2014, 34.)

Elintarviketuotteita lukiessa on hyvä huomioida, että Suomalaisissa pakkausselosteissa voi vapaaehtoisesti esittää ravitsemus- ja terveysväitteitä, kunhan lain määräämät ehdot täyttyvät. Terveysväitteellä tarkoitetaan sitä, että elintarvikkeella tai sen jollakin ainesosalla ja terveydellä on yhteys. Tällaisia terveysväitteitä ovat esimerkiksi runsaskuituinen tai sydänmerkki. (Valtion ravitsemusneuvottelukunta 2014, 35.)

### **3.2 Elintarvikemerkinnät ravintoloissa**

Suomessa ravintoloiden ei ole pakollista ilmoittaa elintarvikemerkintöjä ruokalistoissa kuluttajille. Tämä on aiheuttanut jo pitkään erimielisyyksiä, sillä useat henkilöt ovat sitä mieltä, että asiakkaan on oikeus tietää mistä hänen syömänsä raaka-aineet tulevat. Kuitenkin monien pienten ravintola-alan yritysten on lähes mahdotonta selvittää mistä jokainen raaka-aine on peräisin. (Taloussanommat 2013.)

Euroopan parlamentti hyväksyi kesällä 2011 uuden asetuksen (EU) N:o 1169/2011, joka koskee elintarvike ja ravintoainemerkintöjä. Uuden asetuksen mukaan tuottajan on ilmoitettava pakkaamattomien elintarvikkeiden sisältämät allergisoivat aineet, kuten pakattujen elintarvikkeiden. Uudistus koskee myös ravintoloita. Uudessa asetuksessa on lisäksi uudistuksia merkintöjen koosta, jotta ne olisivat helpommin luettavissa. Käytännössä tämä tarkoittaa, että ravintoloiden on ilmoitettava esimerkiksi annosten gluteinipitoisuus ja laktoosipitoisuus. Uusi asetus tulee voimaan 13.12.2014. (Euroopan Parlamentti 2014.)

Yhdysvalloissa on tutkittu paljon ravintoloiden ruokalistojen ravintoainemerkintöjen vaikutusta kuluttajan ostopäätökseen. Lihavuus on noussut huimasti viime vuosikymmenen aikana. Perimmäisenä syynä aikuisiän painonnousuun on yli energiansaanti, josta voi seurata vakavia terveys sairauksia kuten diabetes tai korkea verenpaine. Tutkimuksien mukaan vuosina 1977–1978 aikuinen sai päivässä keskimäärin 1875 kilokaloria, kun vuosina 2005–2008 aikuinen henkilö sai päivässä jo noin 2065 kilokaloria. Tutkimus lisäksi osoitti, että amerikkalaisten koko päivän energiansaannista jopa 32 prosenttia kertyi kodin ulkopuolella, kuten ravintoloissa ja koulun ruokaloissa. Tutkimusten myötä amerikkalaisten ylienergiensaantiin on pyritty vaikuttamaan monilla eri tavoilla, kuten erilaisilla ohjelmilla ja säädöksillä. (Corby-Edwards 2012, 2.)

Eräessä tutkimuksessa tutkittiin kuinka kuluttajat arvioivat ravintolaruoan sisältämiä kaloreita. Tutkimus osoitti, että lounasaikaan pikaruokaravintolan kuluttajat aliarvioivat lounaan sisältämät kalorit noin 23 prosentilla. Yhdysvalloissa onkin otettu käyttöön useissa ravintoloissa ruokalistoihin merkityt kalorimäärät. Kalorimäärien avulla kuluttajat tulevat tietoisiksi siitä minkä verran aikuisen ihmisen tulisi keskimäärin päivässä kuluttaa. Tutkimukset ovat osoittaneet, että kalorimerkinnöillä on ollut positiivinen vaikutus kuluttajien ostopäätökseen. Esimerkiksi yksi tutkimus osoitti, että kuluttajat valitsivat vähemmän todennäköisesti korkea kalorimääräisen annoksen, kun kalorimäärät olivat ilmoitettu ravintolan ruokalistoissa. (Corby-Edwards 2012, 2.)

Ravintoloiden ruokalistoilta merkityt energiamerkinnät lihavuuden ehkäisemiseksi on kehrännyt laajaa tukea amerikkalaiselta terveysjärjestöltä (The Public Health Community). Useat eri järjestöt ovat todenneet ruokalistojen energiamerkinnät kannattaviksi. Ruokalistojen energiamerkinnöistä onkin säädetty lakeja esimerkiksi New Yorkissa ja Kaliforniassa. (Corby-Edwards 2012, 2–3.)

## 4 Nuorten kuluttaminen ja ostokäyttäytyminen

Tietoperustan viimeisessä luvussa käsitellään nuorten kuluttamista ja ostokäyttäytymistä. Kappaleessa pohditaan kuinka nuorten kuluttaminen on muuttunut viimeisen muutaman kymmenen vuoden aikana ja millaista nuorten kuluttaminen on tänä päivänä. Lisäksi perehdytään siihen mistä nuoret saavat kulutukseen käytetyt tulot ja mihin ne käytetään. Luvussa tutustutaan myös nuorten ostokäyttäytymiseen ja sen muodostumiseen.

Kuluttajaksi opitaan jo nuorena. Kasvaminen kuluttajaksi alkaa jo varhain lapsuudessa. Jo 3-vuotias lapsi tunnistaa erilaisia merkkituotteita, mutta tietoinen kulutus päätöksen tekeminen alkaa vasta kouluiässä. Erityisesti nuoret muodostavat identiteettinsä kulutuksen avulla. Tämä näkyy esimerkiksi nuorten pukeutumisessa ja merkkituotteiden kulutuksessa. (Autio & Paju 2005,6.)

Nuorten kulutus on ollut huimassa kasvussa 1980-luvun loppupuolelta lähtien. Vuoteen 1990 mennessä nuorten alle 30-vuotiaiden kulutus oli huomattavasti suurempaa kuin yli 30-vuotiaiden, vaikkakin alle 30-vuotiaiden tulot olivat huomattavasti pienemmät. 1980-luvun jälkeen nuorten kulutus on lisäksi ylittänyt heidän tulonsa. Tästä huolimatta nuorten velkaantuminen ei ole huomattavasti lisääntynyt. Tähän voi vaikuttaa moni asia, kuten vanhemmilta saadut tuet tai valtion tarjoamat tuet joita ei pystytä tarkastelemaan. Tänä päivänä kuluttaminen on tullut osaksi kulttuuriamme. Myös nautinnon hakeminen, kuten shoppaileminen ja ulkona syöminen on muovautunut osaksi kulutuskulttuuriamme. Yhä useampi nuori kuvaakin kuluttamistaan juuri mielihyvän avulla. (Autio & Paju 2005, 6–8.) Nykypäivän nuoria kuluttajia on myös kutsuttu nimellä MeWe-sukupolvi. MeWe-sukupolvi on kasvanut teknologian ympäröimänä, johon kuuluu niin kännykät kuin sosiaalinen mediakin. Heidän kuluttamistaan voidaan kuvata kaikki-mulle-heti asenteella, jossa kokemuksia ja tavaraa halutaan mahdollisimman paljon ja heti, mutta toisaalta mihinkään ei haluta sitoutua liian pitkäaikaisesti, jottei menetetä vapautta liikkua. (City-lehti 2005.) Nuoret ovat tottuneet siihen, että he ovat vapaita liikkumaan myös kotimaan rajojen ulkopuolelle ja heidän kulutustapansa ovatkin muotoutuneet maailman suurten metropolien kulutusarvojen pohjalta (Lampikoski & Lampikoski 2000, 77).

Toisaalta myös nuorten velkaantuminen on kasvanut viime vuosien aikana. Tänä päivänä erilaisten pikavippien ja lainojen ottaminen on entistä helpompaa. Luottokorttien määrä nuorten keskuudessa on yleistynyt ja nykyään konkreettista rahaa käytetään harvemmin, jolloin kulutuksen määrää on vaikeampaa arvioida. Erilaisia pikavippimainoksia näkee niin metroasemilla kuin kaduillakin. Erilaisia pikavippejä voi nostaa mihin tahansa vuorokau-



den aikaan esimerkiksi puhelimen kautta. Suomessa tämä on ainakin toistaiseksi vielä mahdollista, kun taas esimerkiksi Ruotsissa pikavippien käyttö on kielletty alle 30-vuotiailta. (Helenius 2011.)

Nuorten alle 30-vuotiaiden kulutus on muuttunut runsaasti 1990-luvun laman jälkeen. Sodan jälkeen syntyneet x-sukupolvi on kasvanut siihen ikään, että he voivat kuluttaa vapaasti (Lampikoski & Lampikoski 2000, 78–79). Lisäksi nuorten elämäntapa on muuttunut viimeisen vuosikymmenen aikana huomattavasti. Enää tänä päivänä nuoret eivät siirry sujuvasti elämän vaiheesta toiseen, vaan esimerkiksi opinnot tai työelämään siirtyminen saattaa aiheuttaa katkoksia niiden välillä. Suomalaiset nuoret muuttavat keskimääräistä aikaisemmin pois kotoa, mikäli verrataan muihin eurooppalaisiin nuoriin. Lisäksi tytöt muuttavat kotoa poikia aikaisemmin pois, mutta toisaalta tämä voidaan selittää poikien varusmies- tai siviilipalveluksella. (Tilastokeskus 2009.)

Tilastokeskuksen tekemän kulutustutkimuksen mukaan vuonna 2006 Suomen kaikista kotitalouksista 14 prosentissa asui alle 30-vuotiaita nuoria. Nuorten kotitaloudet kuluttivat vuonna 2006 noin 18 100 euroa per kotitalous. Nuorten kotitalouksien kulutus heikkeni aikaisempiin vuosiin nähden, kun taas aikuisten kotitalouksien kulutus kasvoi. (Tilastokeskus 2009.)

#### **4.1 Mistä nuoret saavat kulutettavat tulot?**

Kuten aikaisemmassa kappaleessa mainittiin, on nuorten kulutus ollut viime vuosina jatkuvassa kasvussa. Nuorten kulutuksen tulon lähteitä on pyritty selvittämään erilaisten kulutustutkimusten ja tulonjakotulosten avulla. Pelkästään näiden tutkimustulosten perusteella on kuitenkin haastavaa sanoa täysin varmuudella mistä nuorten tulot täysin tulevat. Vuoden 2005 nuorisobarometrissä esitettiin nuorille 15–29-vuotiaille kysymyksiä siitä, mistä he saavat tuloja kulutukseensa. Tuloksista ilmeni, että suurin osa tuloista saatiin palkkatöistä, opintolainasta ja taskurahasta. Ikäjakautuman tulon lähteet vaihtelivat runsaasti nuoremasta vanhempaan, mutta haastateltavien nuorten iän kasvaessa palkkatulot kasvoivat säännöllisesti ja niin sanottu taskuraha väheni. (Autio & Paju 2005, 14.)

Tulokset lisäksi osoittivat, että haastateltavista pojista suurempi osuus 51 prosenttia sai tulonsa palkkatyöstä, kun taas tytöistä 43 prosenttia. Myös haastateltavista pojat tekivät muutaman prosentin enemmän säännöllistä palkkatyötä kuin tytöt. Haastateltavista tytöt kertoivat taas useammin saavansa suurimman osan tuloistaan opintotuesta tai -lainasta. Vuoden 2005 nuorisobarometrissä kysyttiin haastateltavilta myös minkä tulonlähteen he

kokivat tärkeimmäksi. Pojista 46 prosenttia piti selvästi palkkatuloja tärkeimpänä tulonlähteenä, kun vain 38 prosenttia tytöistä koki palkkatulot tärkeimmiksi tulonlähteiksi. (Autio & Paju 2005, 14–16.)

Noin puolet haastateltavista nuorista kertoi saavansa taloudellista tukea vanhemmiltaan. Vanhemmilta saatavat tulot kerrottiin käytettävän pääasiassa perustoimeentuloon, kuten ruokaan, vuokraan ja laskuihin. Toisaalta haastattelusta ilmeni myös, että ne nuoret jotka olivat saaneet taloudellista tukea vanhemmiltaan, olivat huomattavasti tyytymättömämpiä taloudelliseen tilanteeseensa. Tästä voidaankin ehkä päätellä, että vanhemmilta saatu tuki on tullut tarpeeseen. Haastateltavien tyttöjen ja poikien vanhemmilta saatu tuki ei juuri eroa toisistaan. (Autio & Paju 2005, 16–20.) Toisaalta ne nuoret, jotka asuvat yhä kotona kokevat voivansa vaikuttaa paljon myös vanhempiansa kuluttamiseen. Etenkin elektro- niikka- ja ruokaostoksiin nuoret kokevat vaikuttavansa paljon. (Saariaho 2009.)

#### **4.2 Mihin nuoret kuluttavat?**

Tänä päivänä kulutus on osa elämäntyyliä ja yhteisöllisyyttä. Enää ei riitä pelkkä perustarpeiden tyydyttäminen, vaan etenkin nuoret haluavat käyttää rahansa paljon muuhunkin. Nuorten kuluttajakuva muovautuukin yhdessä taloudellisten, kulttuuristen ja sosiaalisten pääomien yhteisvaikutuksesta. (Autio & Paju 2005, 27–29.)

Nuorten tuloista suurin osa menee selvästi asumis- ja välttämättömyyshyödykkeisiin, kuten ruokaan, vuokraan ja laskuihin. Seuraavaksi eniten tuloista kuluu liikennemaksuihin. Vuonna 2006 tehdyn tilastokeskuksen tutkimuksen mukaan jopa 62 prosentilla nuorten kotitalouksista oli käytössään auto. Yli 30-vuotiaista vastaavasti yli 80 prosentilla oli käytössään oma auto. (Tilastokeskus 2009.)

Samaisessa Tilastokeskuksen tutkimuksessa selvisi, että nuoret panostavat vapaa-aikaan yli 30-vuotiaita huomattavasti enemmän (Tilastokeskus 2009). Nuoret käyttivät aikuisia enemmän rahaa kahvila- ja ravintolamenoihin. Etenkin ravintoloissa alkoholiin käytetty raha oli aikuisia huomattavasti suurempi. Nuorten kahviloihin ja ravintoloihin käyttämä raha selittyy varmasti sillä, että nuorilla on tapana yhä enemmän viettää aikaa erilaisissa ravintoloissa ja kahviloissa. Juuri matkailuun ja ruokailuun käytetty raha onkin kasvanut eniten nuorten kulutuksessa. Myös alkoholiin ravintoloissa käytetään yhä enemmän rahaa. (Autio & Paju 2005, 29.)

### **4.3 Nuorten ostokäyttäytyminen**

Ostokäyttäytyminen saa alkunsa kuluttajan tunnistaessaan tarpeen, joka johtaa ostokäyttäytymiseen. Tarvetta ohjaavat motiivit, mikä voi olla esimerkiksi jonkun tuotteen tai palvelun tarvitseminen tai mielihalu. Motiiveja ja tarpeita muokkaavat yksilön henkilökohtaiset ominaisuudet, kuten käsitys siitä mitä palveluita ja tuotteita pidetään tärkeämpänä, kuin jotakin toista. Toiset meistä esimerkiksi pitävät tärkeinä kalliita merkkituotteita, ja toiset taas käyttävät rahansa mieluiten hyvään ravintolaillalliseen tai pikaruokaan. (Bergström & Leppänen 2009, 101.)

Kuluttajan ostokäyttäytyminen ja siitä seuraava ostopäätöksen tekeminen on monen tekijän summa. Kuluttajan ostopäätökseen vaikuttavat hänen ulkopuoliset tekijät, joita kutsutaan sosiaalisiksi tekijöiksi. Ulkoisten tekijöiden lisäksi kuluttajan ostopäätökseen vaikuttaa kuluttajan henkilökohtaiset sisäiset tekijät, eli psykologiset tekijät. Näiden kahden tekijän lisäksi kuluttajan ostopäätöksen muodostumiseen vaikuttaa demografiset tekijät, eli niin sanotut taustatekijät. (Bergström & Leppänen 2009, 101.)

### **4.4 Demografiset tekijät**

Kuluttajan tekemiin päätöksiin vaikuttaa suuresti ihmisten taustat. Tällaiset taustatekijät ovat helposti selvitettävissä, jonka takia tieto voidaan myös analysoida tai mitata. Tärkeimpiä taustatekijöitä, jotka vaikuttavat kuluttajan ostopäätökseen, ovat ikä, sukupuoli, ammatti, kieli, uskonto, koulutus, asuinpaikka, tulot ja perheen suuruus. Esimerkiksi erikäiset henkilöt pitävät erilaisia tuotteita tai palveluita tärkeinä, kuten yksin elävä nuori käyttää rahansa todennäköisesti eritavalla, kuin kolmen lapsen vanhemmat. Demografiset tekijät ovat tärkeä osa kuluttajan ostopäätöksen muodostumista, mutta yksin sillä ei voida selittää ostopäätöksen syytä. Demografioilla ei esimerkiksi pystytä selittämään miksi tietty henkilö valitsee aina saman mehun usean muun vastaavan mehun joukosta tai miksi henkilö käy aina yhdessä tietyssä ravintolassa. (Bergström & Leppänen 2009, 102–104.)

Kuluttajan valintoja selitettäessä onkin huomioitava demografian lisäksi psykologiset ja sosiaaliset tekijät. Nämä kolme tekijää yhdessä muodostavat kuluttajan elämäntyylin. Elämäntyyli muodostuu yhdessä henkilön taustatekijöistä, sosiaalisesta ympäristöstä, sekä ihmisen omista tunteista, eli psykologisista tekijöistä. (Bergström & Leppänen 2009, 104.)

## 4.5 Psykologiset tekijät

Henkilön psykologiset tekijät muodostuvat henkilökohtaisista tarpeista, asenteista, motiiveista sekä toimintamuodoista. Nämä kaikki muodostavat yhdessä psykologiset tekijät, jotka vaikuttavat vahvasti kuluttajan käyttäytymiseen. Psykologiset tekijät ovat hyvin henkilökohtaisia ja siksi myös jokainen kuluttaja eroaa huomattavasti toisistaan. Toisaalta yksilön käyttäytyminen muotoutuu osaltaan sosiaalisessa ympäristössä, jolloin psykologiset tekijät ovat hyvin vahvasti yhteydessä sosiaalisiin tekijöihin. (Bergström & Leppänen 2009, 105.)

### 4.5.1 Tarpeet ja tunteet

Tarve on koko ostokäyttäytymisen perusta, sillä tarpeen tiedostus laukaisee koko ostokäyttäytymisen. Kuluttaja pyrkii ostokäyttäytymisellään tyydyttämään tarpeen tunteensa. Tarve voidaan nähdä elimistön puutostilana tai epätasapainona, joka halutaan tyydyttää tai poistaa. Tarpeista osa lasketaan perustarpeiksi. Perustarpeet ovat tarpeita, jotka ovat ihmiselle välttämättömiä. Tällaisia ovat esimerkiksi syöminen, juominen ja nukkuminen. (Bergström & Leppänen 2009, 105.)

Perustarpeiden lisäksi tarpeet voidaan jakaa tiedostettuihin ja tiedostamattomiin. Tiedostetut tarpeet ihminen tuntee ja ymmärtää, mutta tiedostamattomiin tarpeisiin pyritään vaikuttamaan juuri esimerkiksi mainonnalla ja myynnillä. Ravintolassa esimerkiksi tarjoilijan myyntitaito perustuu juuri tiedostamattoman tarpeen herättämiseen. Taitava tarjoilija osaa myydä asiakkaalle lasin samppanjaa ennen kuin hän ehtii edes itse tiedostaa, että kaipaa juuri lasin samppanjaa. (Bergström & Leppänen 2009, 105–106.)

Abraham Maslow esitti psykologisen teorian tarvehierarkiasta jo vuonna 1943. Maslowin teorian perusta on, että ihmisellä on perustarpeet jotka hänen tulee tyydyttää ennen kuin ihminen hakee tyydytystä niin sanotuille korkeammille tarpeille. Kun perustarpeet on tyydytetty, ihminen alkaa etsimään tyydytystä korkeammille tiedostamattomille tarpeille. Maslow kuitenkin havaitsi, että tarpeiden tyydytys ei aina etene hierarkkisesti, vaan tiedostamaton tarve voi ilmetä riippumatta muiden perustarpeiden tilasta. Maslow esitti ihmisen tarpeet pyramidimuodossa, jossa pohjalla ovat ihmisen perustarpeet ja korkeimpana korkeimmat tarpeet (Kuvio 3.). (Opetushallitus 2011.)



Kuvio 3. Maslown tarvehierarkia (Bergström & Leppänen 2009, 106.)

#### 4.5.2 Motiivit

Motiivilla tarkoitetaan syytä jolla voidaan selittää miksi käyttäydymme juuri jollakin tietyllä tavalla. Tarpeet saavat ihmisen aktiiviseksi, mutta vasta motiivi on syy saamaan ihmisen käyttäytymään jollakin tavalla ja esimerkiksi valitsemaan juuri tietyn ravintolan tai tuotteen kaupasta. Motiivit voidaan jakaa tunne- ja järkiperäisiin motiiveihin. Esimerkiksi ravintolaan meneminen nälän tyydyttämiseksi voidaan selittää järkiperäisellä motiivilla, mutta tietyn ravintolan valitseminen hyvien muistojen takia selittyy tunnemotiiveilla. Järkimotiivilla tehdyt ostokset on usein helpommin selitettävissä, mutta kaikki riippuu siitä, kumpi motiivi on sillä hetkellä voimakkaampi. (Bergström & Leppänen 2009, 109–110.)

#### 4.5.3 Arvot ja asenteet

Arvoilla tarkoitetaan tavoitteita, jotka ohjaavat yksilön valintoja, tekoja ja ajattelua. Arvot ovat yksilön tärkeäksi kokemia asioita ja ne vaihtelevat yksilöittäin. Joillekin tärkeitä arvoja ovat turvallisuus ja onnellisuus, toiselle raha ja valta. Ihmisen kokemat arvot ja asenteet muodostavat yksilöllisen maailmankuvan, jolla tarkoitetaan käsitystä ympäröivästä maailmasta, itsestä ja muista ihmisistä. (Bergström & Leppänen 2009, 111.)

Asenteilla tarkoitetaan yksilön tapaa suhtautua johonkin kohteeseen, kuten toisiin ihmisiin, tuotteisiin ja ylipäätään erilaisiin asioihin. Asteet ovat melko pysyviä ja opittuja. Jokaisen ihmisen henkilökohtainen maailmankuvansa näkyy hänen asenteissaan. Asteet esimerkiksi vaikuttavat siihen kuinka kuluttaja suhtautuu tiettyyn tuotteeseen tai tuotemerkkiin. Jokainen kuluttaja suhtautuu eritavalla eri tuotteisiin ja voi arvostaa eri asioita tuotteissa tai palveluissa. (Bergström & Leppänen 2009, 111.)

Asenteet voivat syntyä monella eri tavalla ja monen asian yhteisvaikutuksesta. Esimerkiksi tieto voi muuttaa tai vahvistaa asenteitamme. Jos esimerkiksi kuulemme jonkun ravintolan käyttävän vain lähituotettuja raaka-aineita, voi se parantaa asenteitamme kyseistä ravintolaa kohtaan. Toisaalta myös kokemukset muokkaavat ja ohjaavat asenteitamme. Jos koemme saavamme jossakin ravintolassa huonoa palvelua, emme todennäköisesti mene kyseiseen ravintolaan heti uudestaan. Lisäksi asenteisiin vaikuttaa myös ympäristö ja eri ryhmät. Tällaisia ovat perhe, tuttavat, ystävät, työ- ja koulukaverit. Lisäksi kulttuuri vaikuttaa asenteihimme. (Bergström & Leppänen 2009, 111–112.)

#### **4.5.4 Persoonallisuus ja elämäntyyli**

Persoonallisuudella tarkoitetaan yksilön synnynnäisiä ominaisuuksia ja luonteenpiirteitä. Persoonallisuus on luonteenomainen tapa olla ja elää. Persoonallisuus on sekä synnynnäisiä ominaisuuksia, että ympäristön muovaamia piirteitä, joita ei voi muuttaa. Persoonallisuuteen vaikuttavia tekijöitä ovat esimerkiksi fyysinen rakenne, temperamentti, älykyys, maailmankuva ja elämäkokemukset. Ihmisen persoonallisuus ohjaa myös hänen ostokäyttäytymistään. Persoonallisuus tulee esille siinä millaiset asiat ovat hänelle ostoksissa tärkeitä, ja mitkä voidaan jättää kokonaan ostamatta. (Bergström & Leppänen 2009, 116.)

Elämäntyyli koostui siis demografisista, psykologisista ja sosiaalisista tekijöistä. Elämäntyyllillä tarkoitetaan ihmisen arvostuksia. Elämäntyyli ilmenee esimerkiksi ihmisen ostopäätöksessä, ostoprosessissa ja erilaisten tuotteiden ja palveluiden ostamisessa. Elämäntyylin perusteella luokitellaan ihmisiä eri kategorioihin, joiden avulla pystytään taas selittämään erilaisia ostokäyttäytymisiä. Tällaisia kategorioita voi olla esimerkiksi viinitietäjät, harrastelijat ja kulinaristit. (Bergström & Leppänen 2009, 128–129.)

#### **4.6 Sosiaaliset tekijät**

Ihmisen psykologisilla ja demografisilla tekijöillä on suuri vaikutus ihmisen ostokäyttäytymiseen, mutta myös ihmisen sosiaalinen ympäristö vaikuttaa siihen paljon. Kun puhutaan sosiaalisista tekijöistä, tarkastellaan ihmisen toimintaa erilaisissa sosiaalisissa ryhmissä ja niiden merkitystä kuluttajan päätöksentekoon. Sosiaaliset tekijät ovat sekä helposti mitattavissa, että myös osaltaan vaikeasti mitattavissa. Helposti mitattavaa tietoa on esimerkiksi ihmisen sosiaaliluokka ja ihmisen kuuluvat ryhmät. Vaikeasti mitattavaa tietoa on taas se kuinka nämä ryhmät vaikuttavat henkilöön ja ostopäätökseen. (Bergström & Leppänen 2009, 116–118.)

#### **4.6.1 Perhe**

Perhe on yksi tärkeimmistä ja voimakkaimmin vaikuttavimmista asioista ihmisen elämässä ja se vaikuttaa myös yksilön ostokäyttäytymiseen. Yksilö kasvaa ja kehittyy osana perhetä jolloin vanhempien vaikutus lasten asenteiden ja arvomaailman muodostumiseen on suuressa roolissa. Lapsena muodostuneet käsitykset ja tottumukset heijastuvat myöhemmin myös oman perheen ostopäätöksiin. Jos esimerkiksi lapsuuden kotona on pyritty aina käyttämään mahdollisimman ekologisia tuotteita, ostetaan ekologisia tuotteita todennäköisemmin omalle perheelle. Ostopäätöksissä erottuu lisäksi miesten ja naisten erilainen kuluttaminen. Useissa perheissä naiset huolehtivat useimmin päivittäistavarat kuten elintarvikkeet ja miehet huolehtivat usein kodin elektroniikasta. Tänä päivänä useat kotitaloudet koostuvat myös yksinelävistä sinkuista tai aviopareista joilla ei ole lapsia. Tällöin kulutus on usein erilaista verrattuna lapsiperheisiin, jolloin rahaa kulutetaan enemmän esimerkiksi ulkona syömiseen kun perheenjäseniä on vähemmän. (Bergström & Leppänen 2009, 122–123.)

#### **4.6.2 Sosiaaliset yhteisöt**

Sosiaalisilla yhteisöillä tarkoitetaan kaikkia niitä yhteisöjä, joihin kuuluu tai tuntee kuuluvansa. Etenkin nuorilla tällaisia yhteisöjä on paljon, kuten eri harrastusseurat, ystävät opiskelu- ja työkaverit. Sosiaaliset ryhmät muuttuvat eri ikävaiheiden mukaan. Erilaiset sosiaaliset yhteisöt ovat nousseet perheen rinnalle vaikuttamaan ihmisten ostopäätöseen, etenkin nuorilla. Nuoret viettävät entistä enemmän aikaa internetissä ja sosiaalisessa mediassa. Sosiaalisessa mediassa myös jaetaan ja kerrotaan kulutusten ja palveluiden käytöstä. Esimerkiksi ravintolassa vierailu tai kuva take away -ruoasta jaetaan usein muille tutuille. Internet ja sosiaalinen media vaikuttaa vahvasti myös ostopäätöksen tekemiseen, sillä vaihtoehtoja haetaan tietoa ja keskustellaan muiden kanssa. (Bergström & Leppänen 2009, 126–127.)

## 5 Kyselytutkimus

Tässä luvussa tutustutaan siihen kuinka ja miten tutkimus on toteutettu. Lisäksi määritellään tutkimuksessa käytetyt termit, kuten määrällinen tutkimus ja näyte. Kappaleen on tarkoitus johdatella lukija aiheeseen niin, että tutkimusta on helpompi tulkita ja ymmärtää. Tutkimuksen aikataulu kuvataan tarkemmin taulukossa 2.

### 5.1 Opinnäytetyön aikataulu

Opinnäytetyö alkoi huhtikuussa 2014 opinnäytetyöseminaarissa. Opinnäytetyöseminaarissa aihe muotoutui ja tarkentui entisestään. Elokuussa 2014 oli tarkoitus aloittaa varsinaisen opinnäytetyön teko. Ensimmäisenä alkoi lähteiden etsiminen, johon kuluikin odotettua kauemmin aikaa. Aluksi lähteiden etsiminen tuntui haastavalta, mutta lopulta niitä alkoi löytyä ja tietoperusta pystyttiin aloittamaan. Seuraavan kuukauden aikana, syyskuussa opinnäytetyö varsinaisesti saatiin aloitettua. Syyskuu kului pitkälti tietoperustaa kirjoittaessa ja lähteitä etsiessä. Syyskuun aikana opinnäytetyön rakennetta pohdittiin lisäksi yhdessä ohjaajan kanssa.

Lokakuussa 2014 oli aika aloittaa kyselylomakkeen suunnittelu. Saman kuukauden aikana myös opinnäytetyön tietoperusta saatiin lähes valmiiksi. Lokakuussa suunniteltu kyselytutkimus toteutettiin vihdoin marraskuun 2014 alussa. Kyselytutkimuksen toteutus venyi muutaman vastoinkäymisen johdosta, mutta lopulta kyselytutkimus saatiin suoritettua yhden viikon aikana. Kyselytutkimuksen jälkeen marraskuun puolivälissä päästiin vihdoin kirjaamaan ja analysoimaan tutkimustuloksia. Tulosten kirjaamisen jälkeen päästiin lopulta tulosten yhteenvedon ja johtopäätösten pohtimiseen. Opinnäytetyön esitys ja viimeistely tehtiin joulukuussa 2014.



Taulukko 2. Opinnäytetyön aikataulu

| Aika                      | Vaihe  |
|---------------------------|--|
| Huhtikuu 2014             | Opinnäytetyöseminaari<br>(Aiheen tarkentuminen)                              |
| Elokuun 2014 loppu        | Aikataulun suunnittelu ja lähteiden etsiminen                                |
| Syyskuu 2014              | Opinnäytetyön aloitus<br>Tietoperustan tekoa                                 |
| Lokakuu 2014              | Kyselylomakkeen suunnittelu<br>Tietoperusta valmis                           |
| Marraskuun 2014 alku      | Kyselytutkimuksen toteutus   |
| Marraskuun 2014 puoliväli | Tulosten kirjaaminen ja analysointi<br>Tulosten yhteenveto ja johtopäätökset |

### 5.1 Tutkimusmenetelmä ja tutkimuksen toteutus

Opinnäytetyön tutkimus toteutettiin pitkän pohdinnan jälkeen kvantitatiivisen eli määrällisen tutkimuksen avulla. Kvantitatiivisella tutkimuksella pyritään saamaan yleistettävää tietoa, joka oli olennainen syy tutkimustapaan päätymiseen. Kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimuksen avulla olisi voitu perehtyä ainoastaan muutaman nuoren mielikuviin pikaruonan terveellisyydestä ja tämä ei olisi sopinut tutkimustyyppiksi. Lisäksi kvantitatiiviselle tutkimukselle on tyypillistä käyttää kyselyitä, joita käytettiin myös tässä tutkimuksessa. Kvalitatiivinen tutkimus pyrkii ymmärtämään tutkittavaa ilmiötä laajemmin, kun taas kvantitatiivisessä tutkimuksessa keskitytään määriin. Sen lisäksi, että kvalitatiivinen tutkimus pyrkii yleistettävään tietoon, pystyttiin saatu aineisto käsittelemään tilastollisilla menetelmillä. (Kananen 2008, 10–11.)

Tutkimus toteutettiin strukturoidulla kyselylomakkeella ja se toteutettiin paperiversiona. Strukturoidulla kyselylomakkeella tarkoitetaan sitä, että kyselylomakkeessa on annettu

valmiit vastausvaihtoehdot ja avoimet kysymykset on jätetty pois. Strukturoidut kysymykset voivat olla esimerkiksi erilaiset vaihtoehtokysymykset ja asteikkokysymykset. Tässä kyselyssä käytettiin ainoastaan vaihtoehtokysymyksiä. Kyselylomakkeen päädyttiin lisäämään kuitenkin muutama avoin vastausvaihtoehto valmiiden vastausvaihtoehtojen lisäksi, mikäli vastaaja ei olisi löytänyt sopivaa vaihtoehtoa. (Kananen 2008, 25–26.) Strukturoituun kyselylomakkeeseen päädyttiin siksi, että kysymysten tuloksia on helpompi operationalisoida eli muuttaa mitattavaan muotoon (Helkama & Myllyniemi & Liebkind 2010, 35). Tässä tutkimuksessa perusjoukko oli alle 30-vuotiaat nuoret. Kysely toteutettiin kolmen päivän aikana Helsingin keskustassa. Näyte tästä perusjoukosta oli 76 suomenkielistä nuorta, jotka vastasivat kyselyyn.

Kyselylomake otettiin käyttöön marraskuun 2014 alussa. Kyselytutkimus suoritettiin vain yhden kerran, eikä sitä testattu etukäteen. Kyselylomake oli tulostettu kaksipuoleiselle monisteelle, jotta vastaajan olisi entistä helpompi ja nopeampi vastata kysymykseen, ja lisäksi säästettiin paperia. Kyselyn viimeisen kysymyksen havainnollistavat kuvat oli tehty erilliselle paperille, joka oli laminoitu. Näin välttyttiin turhalta värikopioiden ottamiselta ja kuvat oli helppo esittää vastaajalle. Kyselylomakkeet kerättiin yhden viikon aikana yhteensä kolmena eri päivänä. Vastaukset kerättiin Helsingin keskustasta julkisilta paikoilta. Viimeisen kolmannen päivän kyselylomakkeet kerättiin Helsingin ravintolapäiviltä.

## **5.2 Kyselylomakkeen laadinta**

Sen jälkeen kun tutkimuksessa oli päädytty kvantitatiiviseen tutkimusmenetelmään, oli selvää, että tieto kerätään kyselylomakkeen avulla. Kyselyn tavoitteena oli saada mahdollisimman paljon luotettavaa tietoa juuri tutkittavasta aiheesta. Lisäksi pyrittiin siihen, että saadut tulokset on mahdollisimman helposti vertailtavissa. Juuri tästä syystä kysely päädyttiin tekemään strukturoituna jolloin vastausvaihtoehdot on annettu valmiiksi. Kyselylomake pyrittiin toteuttamaan niin, että se olisi vastaajalla mahdollisimman helppo ja vaikeaton täyttää. Kysymysten tuli olla sellaisia, että lukijan oli helppo ymmärtää mitä kysymyksessä kysyttiin. Kysymyksillä pyrittiin siihen, että ne olivat mahdollisimman yksinkertaisia, mutta kuitenkin saatiin vastauksia haluttuun asiaan. Lopuksi kyselylomake muodostui lokakuussa 2014 yhdestätoista kysymyksestä, jossa viimeisessä käytettiin lisäksi havainnollistavia kuvia.

Vastaajat saivat täyttää kyselylomakkeen anonymisti ja se sisälsi lopulta yhteensä yksitoista kysymystä. Ensimmäiset kolme kysymystä koostui vastaajan perustiedoista, kuten iästä, sukupuolesta ja koulutuksesta. Kaikki yksitoista kysymystä oli monivalintakysymyk-

siä, joihin vastausvaihtoehdot oli annettu valmiiksi. Lisäksi kahteen kysymykseen oli lisätty avovastauksen mahdollisuus, mikäli vastausta ei löytynyt annetuista vaihtoehdoista. Monivalintakysymykset mahdollistivat sen, ettei lomakkeen täyttö vienyt vastaajalta kuin muutaman minuutin. Kyselylomake löytyy tämän opinnäytetyön liitteenä. (Liite 1.)

Peruskysymysten lisäksi kyselylomakkeessa vastaajalta kysyttiin seuraavia asioita:

- Kuinka usein vastaaja syö pikaruokaravintolassa.
- Millä perusteella vastaaja valitsee pikaruokaravintolan (avoin vastausvaihtoehto).
- Vaikuttaako pikaruuan hinta ostopäätökseen.
- Mikäli pikaruokaravintoloiden ruokalistoihin olisi merkitty pikaruokien ravintosisältö, vaikuttaisiko se vastaajan ostopäätökseen.
- Kiinnittääkö vastaaja ruokavalinnoissa huomiota ruoan terveellisyyteen.
- Mihin seikkoihin vastaaja kiinnittää huomiota ruoan ostotilanteessa ravintolassa (avoin vastausvaihtoehto).
- Kuinka paljon energiaa vastaaja arvioi saavansa päivässä ruoasta.
- Kuinka monta juustovoileipää vastaaja arvioi pikaruokien sisältävän (havainnollistavat kuvat).

Perustietojen jälkeen neljännessä kysymyksessä selvitettiin kuinka usein vastaaja söi keskimäärin pikaruokaravintolassa. Tähän kysymykseen päädyttiin, koska tämä tieto oli hyvin oleellinen tutkimuksen kannalta. Mikäli suurin osa vastanneista kertoisi syövänsä pikaruokaravintolassa hyvin harvoin, vaikuttaisi se huomattavasti vastauksiin. Viidennessä kysymyksessä vastaajalta kysyttiin millä perusteella hän valitsee pikaruokaravintolan. Tällä kysymyksellä haluttiin selvittää vastaajien motiivivia valita pikaruokaravintola ja samalla nähdä kuinka monen vastaajan motiiviin vaikuttaa pikaruuan edullinen hinta. Hinnan vaikutuksen ohella haluttiin tutkia kuinka paljon muut annetuista vaihtoehdoista vaikuttivat pikaruokaravintolan valintaan.

Kyselylomakkeen kuudennessa kysymyksessä kysyttiin vaikuttaako pikaruuan hinta vastaajien ostopäätökseen. Pikaruuan hinta on tiedettävästi melko alhainen ja oli mielenkiintoista tutkia kuinka paljon hinta vaikuttaa nuorten ostopäätökseen. Tutkimuksessa keskityttiin nuoriin alle 30-vuotiaisiin aikuisiin joilla useimmilla saattaa olla koulutus vielä kesken jolloin tulot ovat myös pienemmät. Etenkin opiskelijoilla hinta voi vaikuttaa huomattavasti ostopäätökseen.

Seitsemännessä kysymyksessä kysyttiin vaikuttaisiko vastaajien ostopäätökseen, jos pikaruokaravintoloiden ruokalistoihin olisi merkitty pikaruokien ravintosisältö. Useissa maisissa, kuten Yhdysvalloissa on pyritty vaikuttamaan väestön ylipainoon alentavasti lisäämällä pikaruokaravintoloiden ruokalistoihin pikaruokien energiamäärät. Yhdysvaltalaisen tutkimuksen mukaan ihmiset aliarvioivat lounaansa energiapitoisuuden jopa 23 prosentilla. Tutkimus myös osoitti, että ravintoarvojen ja kalorimäärien lisäämisellä on ollut positiivinen vaikutus kuluttajien ostopäätöksiin. Tästä syystä kysymys haluttiin lisätä myös tähän kyselytutkimukseen. (Corby-Edwards 2012, 2.)

Kahdeksannessa kysymyksessä kysyttiin kuinka paljon vastaajat kiinnittävät huomiota ruoan terveellisyyteen. Kysymys oli oleellinen tutkimuksen osalta, sillä sen avulla saimme tietoa kuinka monet nuoret kiinnittävät keskimäärin huomiota ruoan terveellisyyteen. Mikäli suurin osa vastanneista olisi vastannut kiinnittävänsä huomiota vain vähän ruoan terveellisyyteen, olisi se vaikuttanut tutkimustulokseen. Tänä päivänä terveellinen ruokavalio on paitsi trendikästä, myös yhä näkyvämpi osa monen nuoren elämäntapaa ja siksi oletus olikin monen nuoren olevan kiinnostunut ruoan terveellisyydestä. Yhdeksännessä kysymyksessä selvitettiin vielä tarkemmin mihin asioihin vastaaja kiinnittää huomiota ostotilanteessa. Vastausvaihtoehtoja oli annettu seitsemän: vähärasvaisuuteen, vähähiilihydraattisuuteen, runsaaseen proteiinipitoisuuteen, kasvisten runsaaseen määrään, vähäsuolaisuuteen, vähäiseen sokerin määrään tai johonkin muuhun. Seuraavassa kysymyksessä numero kymmenen vastaajia pyydettiin arvioimaan päivässä ruoasta saamansa energian määrä. Tämän kysymyksen avulla haluttiin selvittää kuinka hyvin vastaajat osaavat arvioida energiansaantinsa.

Kyselylomakkeella haluttiin perustietojen lisäksi selvittää nuorten käsitystä pikaruoan energiapitoisuudesta ja siitä vastaako heidän mielikuvansa lainkaan todellisuutta. Kyselylomakkeessa selvitettiin kuinka usein he vierailivat pikaruokaravintoloissa ja millä perusteella pikaruokaravintola valitaan. Lisäksi kysymyksessä haluttiin selvittää millaisiin asioihin nuoret kiinnittävät huomiota ostotilanteessa ravintolassa. Viimeisen kysymyksen avulla saatiin tietoa siitä osaako vastaajat arvioida kuinka energiapitoisia erilaiset pikaruokat ovat.

Viimeisessä kysymyksessä vastaajaa pyydettiin arvioimaan kuinka monta juustovoileipää tietyt pikaruokat sisältävät. Pikaruokia oli havainnollistettu kuvien avulla (Liite 1.). Tämän kysymyksen avulla pystyttiin saamaan tietoa siitä, hahmottavatko vastaajat laisinkaan kuinka paljon energiaa erilaiset pikaruokat sisältävät.

## 6 Tutkimustulokset

Tässä opinnäytetyön osiossa keskitytään tutkimuksen tuloksiin. Kysymykset esitetään siinä järjestyksessä kun ne ovat olleet tutkimuksen kyselylomakkeessa (Liite 1.). Tutkimuksen tuloksiin pyritään löytämään vastauksia ja vastaamaan alussa esitettyihin tutkimusongelmiin. Opinnäytetyön tutkimukset esitellään lukijalle sanallisesti ja käyttäen erilaisia kaavioita, jotka helpottavat hahmottamaan saatuja tuloksia.

Vastausten määrän tavoitteeksi oli asetettu noin 100 vastausta. Tavoitteesta jäätin kuitenkin hieman jälkeen ja vastauksia saatiin yhteensä 76 kappaletta. Kun kyselyt oli kerätty ja tutkimus päättynyt lisättiin saadut vastaukset Webropol – kyselytyökaluun. Webropol – ohjelman ansiosta vastausten analysointi oli nopeampaa ja helpompaa, josta syystä myös päädyttiin käyttämään kyseistä työkalua. Lisäksi kyselytyökalu on hyvin yleisesti käytössä HAAGA-HELIAN ammattikorkeakoulussa ja sen käyttö on melko yksinkertaista ja helppoa.

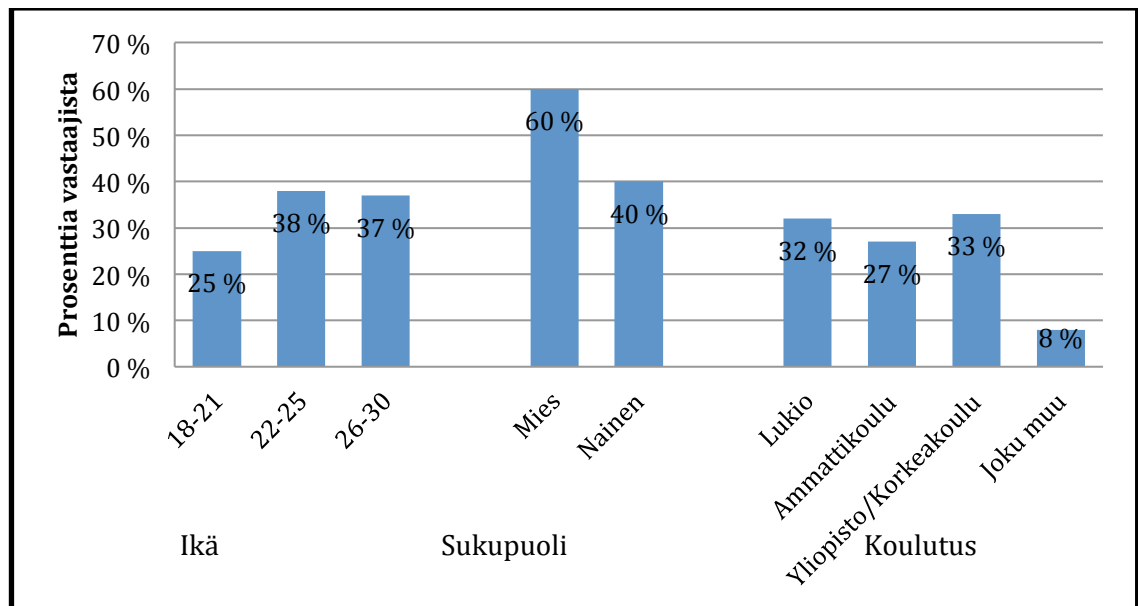
### 6.1 Vastaajien perustiedot

Kyselylomakkeen ensimmäiset kolme kysymystä koostuivat vastaajien perustiedoista. Kyselyssä haluttiin esittää kysymykset vastaajien taustatiedoista sillä niiden avulla voitaisiin vertailla vastauksia. Perustietojen avulla voitiin esimerkiksi vertailla kuinka paljon vastaajan ikä tai sukupuoli vaikutti vastauksiin. Kaikista 76 vastaajasta 60 % oli miehiä ja 40 % naisia. Vastanneista siis 30 oli naisia ja 45 miehiä. Yksi vastaaja oli jättänyt vastaamatta tähän kysymykseen.

Vastaajien ikäjakauma oli melko tasavertainen ja se jakautui lähinnä kahden eri ikäryhmän kesken. Vastaajista 38 % oli 22–25-vuotiaita, kun taas 37 % oli iältään 26–30-vuotiaita. Vähiten kaikista vastaajista oli 18–21-vuotiaita, joita oli yhteensä 25 %. (Kuvio 4.) Kaikki kyselyyn vastanneista vastasi tähän kysymykseen.

Perustietojen kolmannessa osiossa selvitettiin vastaajien koulutustausta. Vastausvaihtoehtoja oli annettu neljä: lukio, ammattikoulu, yliopisto/korkeakoulu tai jokin muu. Vastaajien koulutustausta haluttiin selvittää siksi, että oli mielenkiintoista vertailla tuloksia eri koulutuskuntien kesken. Vastaajien koulutustaustat jakoutuivat melko tasaisesti lukion ja yliopiston/korkeakoulun kesken. Suurin osa vastanneista 33 % oli käynyt yliopiston tai korkeakoulun. Vastanneista seuraavaksi suurin osa 32 % oli käynyt lukion. Kolmanneksi yleisin vastaus oli ammattikoulu, joista 27 % vastaajista oli opiskellut. Vain noin 8 % kai-

kista vastaajista oli sanonut opiskelleensa jossakin muualla. (Kuvio 4.) Vastaajista kolme ei ollut vastannut koulutusta koskevaan kysymykseen. Tuloksista voidaan päätellä, että osalla vastaajista voi olla opinnot vielä kesken sillä 32 % vastasi koulutuksensa olevan vielä lukio. Tämä vastaa myös tulosten ikäjakaumaa joista neljännes oli vielä alle 22-vuotiaita.



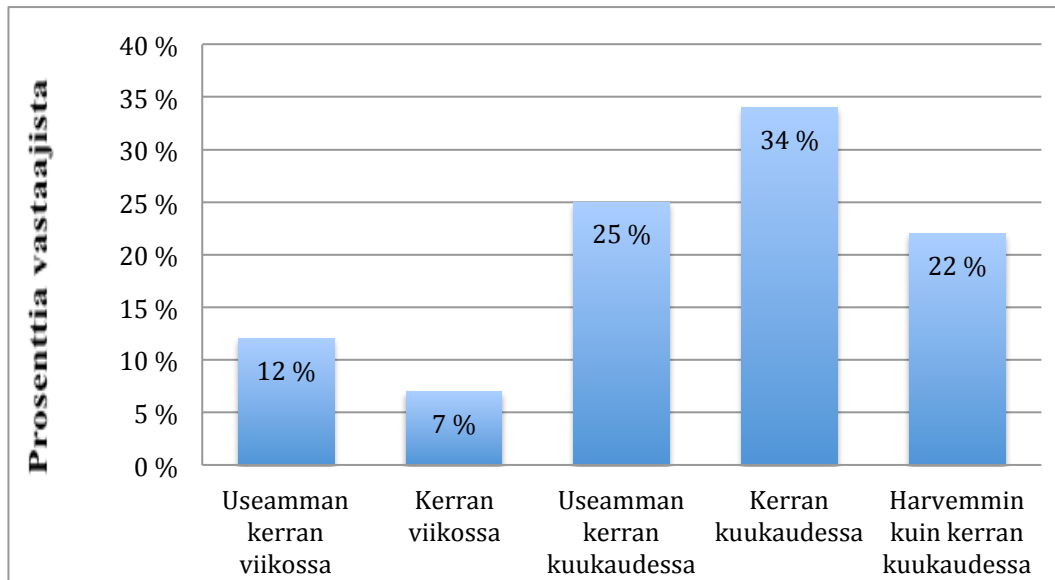
Kuvio 4. Vastaajien perustiedot (n=73)

## 6.2 Vastaajien kulutus pikaruokaravintoloissa

Kyselylomakkeen neljässä seuraavassa kysymyksessä keskityttiin vastaajien käyttäytymiseen ja kuluttamiseen pikaruokaravintoloissa. Neljännessä kysymyksessä selvitettiin kuinka usein vastaaja söi pikaruokaravintolassa. Viidennessä kysymyksessä kysyttiin syytä, eli motivaatiota pikaruokaravintolan valintaan. Kuudes kysymys selvitti hinnan merkitystä vastaajan ostopäätökseen ja seitsemännessä kysymyksessä tutkittiin kuinka pikaruokien ravintoarvojen lisääminen ruokalistoihin pikaruokaravintoloissa vaikuttaisi vastaajan ostopäätökseen.

Vastanneista 35 % sanoi syövänsä pikaruokaravintolassa kerran kuukaudessa, kun taas 25 % kertoi syövänsä pikaruokaa useamman kerran kuukaudessa. Vastanneista 22 % vastasi syövänsä pikaruokaa harvemmin kuin kerran kuukaudessa. Tulosten mukaan 12 % vastanneista söi pikaruokaa useamman kerran viikossa ja 7 % kerran viikossa. Kerran viikossa pikaruokaa syövästä vastaajista suurin osa oli lukiolaisia. Niistä vastaajista, jotka sanoivat syövänsä pikaruokaa harvemmin kuin kerran kuukaudessa, suurin osuus oli taas yliopisto/korkeakoulu-opiskelijoita. Naisista 45 % kävi pikaruokaravintolassa harvemmin

kun kerran kuukaudessa kun taas miehistä 7 %. (Kuvio 5.) Yhteensä 73 vastaajaa vastasi tähän kysymykseen.

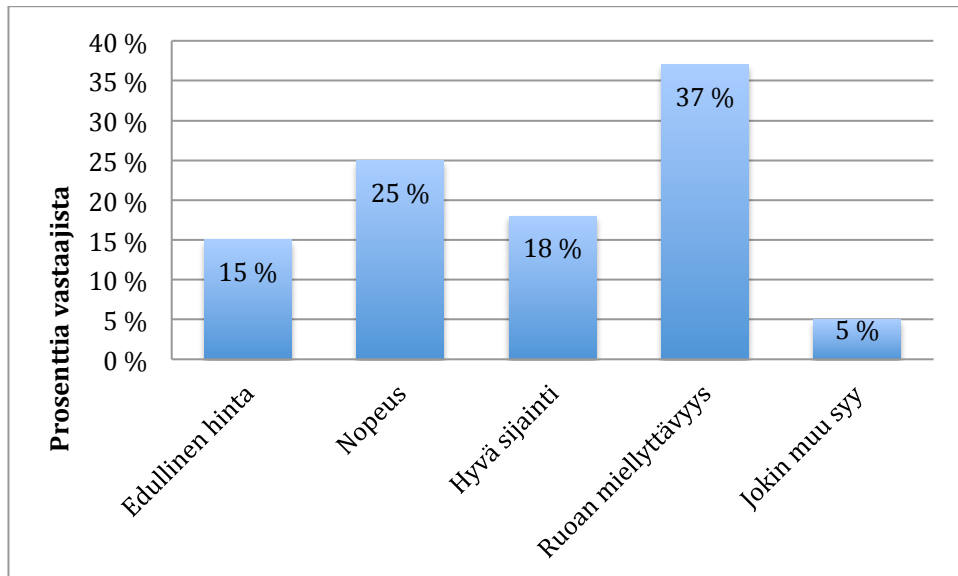


Kuvio 5. Kuinka usein vastaaja käy pikaruokaravintolassa (n=73)

Seuraavassa kysymyksessä selvitettiin millä perusteella vastaajat valitsevat pikaruokaravintolan. Annettuja vastausvaihtoehtoja oli viisi: edullinen hinta, nopeus, hyvä sijainti, ruoan miellyttävyys tai jokin muu syy. Viimeistä vastausvaihtoehtoa sai täydentää halutesaan avoimesti, mutta yksikään vastaajista ei tarkentanut vastaustaan sanallisesti.

Tähän kysymykseen oli vastannut 100 % vastaajista. Yllätykseksi vastanneista suurin osa 37 % vastasi käyvänsä pikaruokaravintolassa ruoan miellyttävyyden vuoksi. Tästä 37 prosentista miehiä oli 20 vastaajaa ja naisia kahdeksan vastaajaa. Seuraavaksi suurin osuus 25 % kävi pikaruokaravintoloissa nopeuden vuoksi. Kolmanneksi suurin osuus 18 % sanoi hyvän sijaintinsa olevan päällimmäinen syy pikaruokaravintolan valinnassa. Vain 15 % vastaajista sanoi edullisen hinnan olevan syy pikaruokaravintolan valintaan. Vastaajista 5 % kertoi syyn olevan jokin muu. (Kuvio 6.)

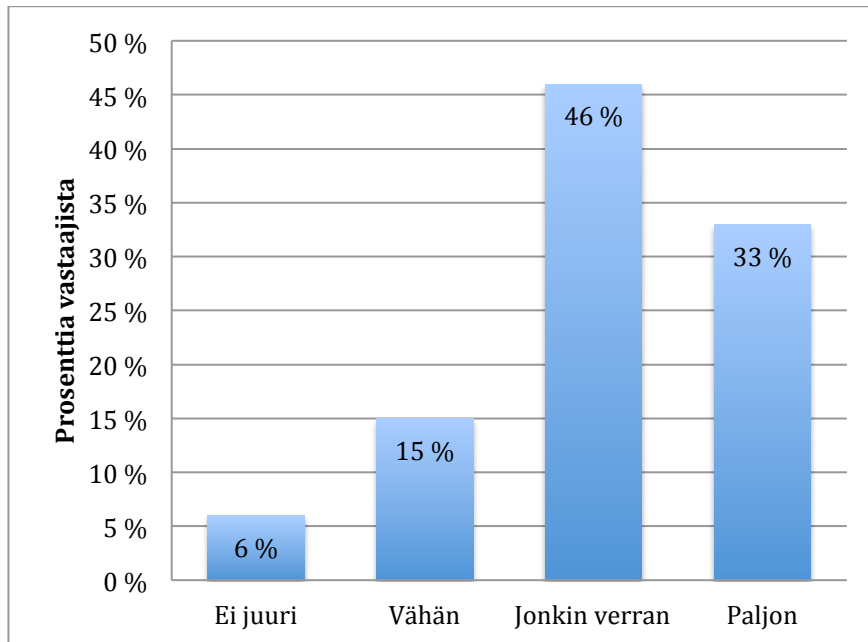
Tulokset osoittavat, että hinnan sijasta ruoan miellyttävyys on tärkeämpi syy pikaruokaravintolassa syömiseen. Ruoan miellyttävyyteen vastanneista noin puolet oli miehiä ja puolet naisia, joten sukupuolella ei ollut tähän juuri vaikutusta. Voidaan siis todeta, että tärkein motiivi suurimmalle osalle on pikaruokan maku ja miellyttävyys.



Kuvio 6. Vastaajien syy pikaruokaravintoloiden valintaan (n=76)

Kyselyssä selvitettiin seuraavaksi kuinka paljon vastaajien ostopäätökseen vaikuttaa pikaruokan hinta. Vastanneista suurin osa 46 % sanoi hinnan vaikuttavan ostopäätökseen jonkin verran ja 33 % sanoi sen vaikuttavan paljon. 15 % vastanneista sanoi hinnan vaikuttavan ostopäätökseen vain vähän ja 6 % vastasi, ettei hinta juuri vaikuta ostopäätökseen. (Kuvio 7.) Kaikista 75:sta vastanneesta yhteensä 58 henkilöä (79 %) koki siis hinnan vaikuttavan ostopäätökseen paljon tai ainakin jonkin verran. Iän voidaan katsoa vaikuttaneen hinnan vaikutukseen jonkin verran sillä 18–21-vuotiaista noin 50 % vastasi hinnan vaikuttavan paljon, kun taas 26–30-vuotiaista vain 25 % vastasi näin. Tulosten mukaan hinnalla on suuri merkitys pikaruokan ostopäätökseen vaikkakaan se ei ollut motiveista tärkein. Hinnan vaikutusta ostopäätökseen vertailtiin myös eri koulutuskuntien kesken. Toisaalta taas niistä vastaajista, jotka olivat vastanneet, ettei hinta vaikuta juuri lainkaan heidän ostopäätökseensä, enemmistö oli lukiolaisia. Lisäksi naisille hinta oli hieman miehiä tärkeämpi. Tähän kysymykseen jätti vain yksi henkilö vastaamatta. (kuvio 7.)

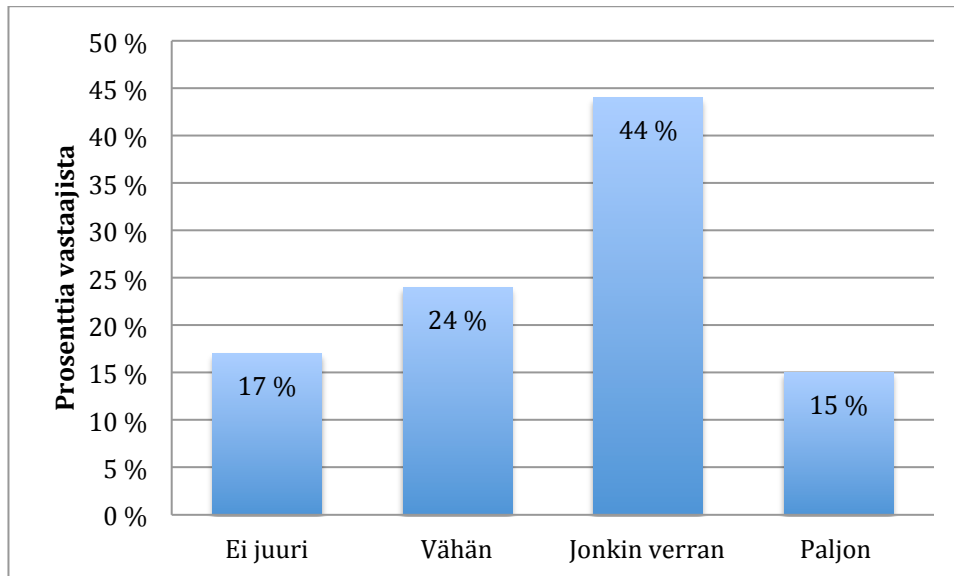




Kuvio 7. Vastaajien mielipide hinnan vaikutuksesta pikaruoan ostopäätökseen (n=75)

Seitsemännessä kysymyksessä selvitettiin kuinka paljon vaikuttaisi vastaajien ostopäätökseen, jos pikaruokaravintoloiden ruokalistoihin olisi merkitty pikaruokien energiapitoisuudet. Vastanneista selvä enemmistö 44 % vastasi ravintoarvojen lisäämisen ruokalistoihin vaikuttavan ostopäätökseensä ainakin jonkin verran. Vastanneista naisista 62 % vastasi ravintoarvojen merkitsevän jonkin verran kun taas miehistä vain 31 % koki sen vaikuttavan heidän ostopäätökseensä. Seuraavaksi usein 24 % vastaajista uskoi sen vaikuttavan vain vähän ostopäätökseensä. Kolmanneksi suurin osa 17 % ei juuri uskonut ravintoarvojen merkitsevän, kun taas 15 % uskoi ravintoarvojen lisäämisen vaikuttavan paljon heidän ostopäätökseen. (Kuvio 8.) Tähän kysymykseen vastasi yhteensä 75 vastaajaa, eli vain yksi vastanneista jätti vastaamatta.

Suurin osa vastanneista koki siis ravintoarvojen lisäämisen vaikuttavan ostopäätökseen ainakin jonkin verran. Todennäköisesti kun pikaruokaa syödään, ei aina välitetä siitä, että se on epäterveellistä.



Kuvio 8. Ravintoarvojen merkitys ostopäätöstä tehtäessä (n=75)

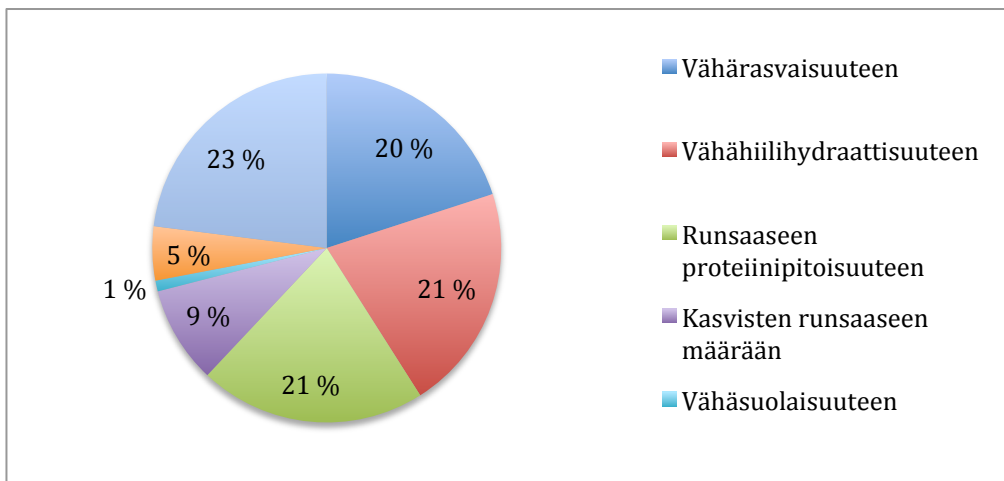
### 6.3 Ruoan terveellisyys ja päivän energiansaanti

Kyselyn kolmessa seuraavassa kysymyksessä selvitettiin vastaajien kiinnostusta ruoan terveellisyyttä kohtaan. Lisäksi haluttiin selvittää kuinka paljon vastaajat arvioivat saavansa energiaa ruoasta päivän aikana.

Kahdeksannessa kysymyksessä selvitettiin kuinka paljon vastaajat kiinnittävät huomiota ruoan terveellisyyteen. Vastaajista puolet eli 50 % sanoi kiinnittävänsä ruoan terveellisyyteen huomiota jonkin verran. Tästä luvusta noin puolet oli miehiä ja puolet naisia. Toiseksi suurin osa, eli 28 % vastanneista vastasi kiinnittävänsä ruoan terveellisyyteen paljon huomiota. Vain 16 % vastasi kiinnittävänsä vähän huomiota ruoan terveellisyyteen ja 6 % vastas ettei kiinnitä siihen juuri lainkaan huomiota. Kaikista vastanneista siis 59 henkilöä eli 78 % kertoi kiinnittävänsä huomiota ruoan terveellisyyteen. Tähän kysymykseen vastasi 100 % kyselyyn osallistuneista.

Kyselytutkimuksen yhdeksännessä kysymyksessä kysyttiin mihin seikkoihin vastaajat kiinnittävät huomiota ruoan ostotilanteessa ravintolassa. Vastausvaihtoehtoja oli annettu kuusi: vähärasvaisuuteen, vähähiilihydraattisuuteen, runsaaseen proteiinipitoisuuteen, kasvien runsaaseen määrään, vähäsuolaisuuteen, vähäiseen sokerin määrään tai johonkin muuhun. Viimeiseen vastausvaihtoehtoon oli mahdollisuus tarkentaa vastaustaan avoimesti.

Yhdeksänteen kysymykseen oli vastannut kaikki 76 vastaajaa. Tulokset olivat hyvin tasa-vertaiset, mutta suurin osa 23 % vastaajista oli vastannut kiinnittävänsä ruoan valinnassa huomionsa johonkin muuhun kuin annettuihin vastauksiin. Vastaajista seitsemäntoista henkilöä oli tarkentanut vastaustaan avoimesti. Näistä seitsemästätoista vastaajasta kahdeksaan oli vastannut, ettei kiinnitä huomiota mihinkään vaihtoehdosta. Loput vastaajat olivat kommentoineet kiinnittävänsä huomiota esimerkiksi kasvisvaihtoehtoihin, hyviin raaka-aineisiin tai houkuttelevuuteen, allergisoiviin aineisiin, kuten gluteiinitomuuteen tai terveellisyyteen yleensä. 21 % vastaajista oli vastannut runsaaseen proteiinipitoisuuteen ja 21 % vähähiilihydraattisuuteen. Vastaajista 20 % kiinnitti huomiota ensisijaisesti vähärasvaisuuteen. Vähiten huomiota kiinnitettiin vähäiseen suolan määrään (1 %) tai vähäiseen sokerin määrään (5 %). (Kuvio 9.) Vastanneiden naisten yleisin vastaus oli vähähiilihydraattisuus johon vastasi 27 % kaikista naisista. Miehet kiinnittivät taas eniten huomiota ruuan runsaaseen proteiinipitoisuuteen (32 %). Vastanneista 17 henkilöä, jotka olivat vastanneet kiinnittävänsä huomiota johonkin muuhun, kertoi, ettei kiinnitä huomiota mihinkään edellä mainittuihin asioihin.



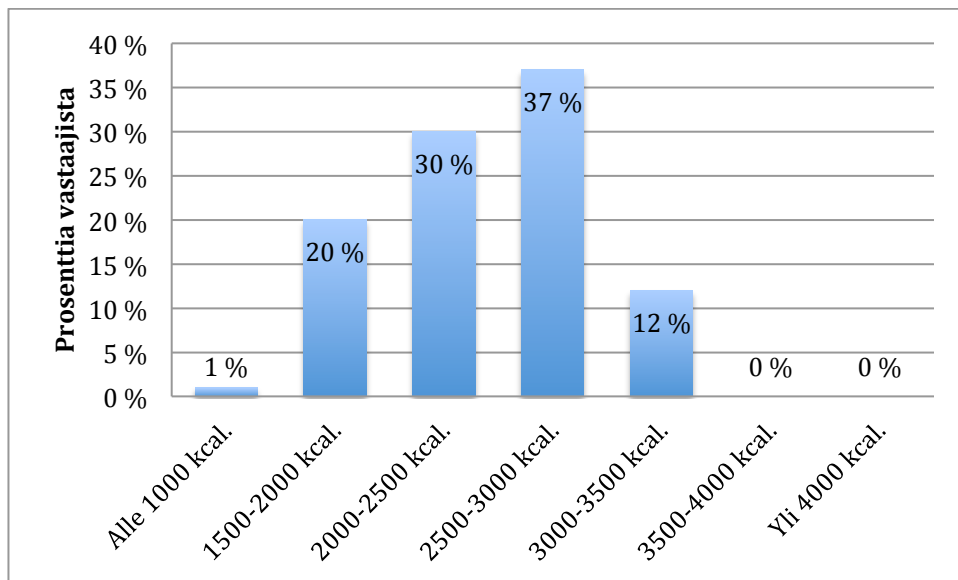
Kuvio 9. Vastaajien vastaukset siitä mihin he kiinnittävät huomiota ruoan ostotilanteessa ravintolassa (n=76)

Seuraavassa kymmenennessä kysymyksessä vastaajia pyydettiin arvioimaan saamansa energian määrä ruoasta päivässä. Tämän kysymyksen avulla saatiin tietoa siitä, vastaako vastaajien käsitys heidän energiansaannistaan todellisuutta ja onko määrät lähellä yleisiä suosituksia.

Tähän kysymykseen vastasi 100 % kaikista vastaajista. Noin 37 % vastanneista arvioi saavansa energiaa päivässä 2500–3000 kcal ja noin 20 % uskoi saavansa 2000–2500 kcal ruoasta päivässä. Vastaajista taas 30 % arvioi saavansa energiaa päivässä noin

1500–2000 kcal. Vastaajista 11 % arvioi saavansa 3000–3500 kcal ja vain 1 % uskoi saavansa energiaa alle 1000 kcal päivässä. (Kuvio 10.)

Tulosten mukaan miehet arvioivat saavansa keskimäärin enemmän energiaa kun naiset. Miehet (54 %) arvioivat saavansa energiaa noin 2500–3000 kcal, kun naiset 44 %) kokivat keskimääräisesti saavansa 2000–2500 kcal päivässä. Tulokset sekä miehillä, että naisilla olivat hyvin suositusten mukaiset. Perusaineenvaihduntaan 60 kiloisen 18–30 vuotiaan naisen tulisi saada energiaa noin 1800 kcal ja 60 kiloisen 18–30 vuotiaan miehen 2080 kcal (Suomalainen lääkärisseura Duodecim 2011). Tulokset ristiin arvioitiin koulutustulosten kanssa. Koulutusten kesken ei ollut suuria eroja, mutta suurin osa lukion käyneistä vastaajista arvioi saavansa päivässä noin 2000–2500 kcal, kun taas ammattikorkeakoulun tai yliopiston/korkeakoulun käyneet vastaajat arvioivat saavansa päivässä 2500–3000 kcal.



Kuvio 10. Vastaajien arviot energiansaannistaan ruoasta päivässä (n=76)

#### 6.4 Pikaruokien energiapitoisuuden arvioiminen

Viimeinen yhdestoista kysymys erosi aikaisemmista kysymyksistä. Kysymys oli jaettu kuuheen alakysymykseen, joita jokaista havainnollistettiin kuvalla (Liite 1.). Viimeisessä kysymyksessä vastaajia pyydettiin arvioimaan eri pikaruokia juustoleivän avulla. Vastaajia pyydettiin arvioimaan, montako arkista juustoleipää kyseinen pikaruoka sisältää. Vastausvaihtoehtoja jokaisessa kohdassa oli annettu neljä: 2-4 juustoleipää, 5-7 juustoleipää, 8-10 juustoleipää ja yli 10 juustoleipää. Tämän kysymyksen avulla saatiin tietoa siitä kuinka

epäterveellisinä vastaajat kyseisiä pikaruokia pitivät ja osasivatko he hahmottaa kuinka paljon energiaa eri pikaruokat sisältävät. Kuvan avulla vastaajalle haluttiin antaa konkreettinen käsitys kyseisestä pikaruoasta.

Tehtävä haluttiin tehdä mahdollisimman helpoksi vastaajalle, joten vertailukohteeksi otettiin kaikille tuttu juustoleipä. Kuvitellulle voileivälle, jossa on levitettä ja kaksi siivua juustoa tulee terveyden ja hyvinvointi laitoksen Finelin mukaan noin 170 kcal. (Fineli 2014.) Pikaruokien sisältämät kilokalorimäärät ja niiden sisältämät juustoleivät löytyy liitteenä (Liite 2.) työn lopusta. Yhdenteentoista kysymykseen vastasivat kaikki kyselyyn osallistuneet 76 vastaajaa.

Kysymyksen tulokset on esitetty lisäksi kaavioissa (Kuvio 11. ja Kuvio 12.), joissa on kuvattu vastaajien vastaukset. Lähimpänä todellista juustoleipien määrää, eli niin sanotut oikeat vaihtoehdot on merkitty kaavioihin tähdellä.

### **Kokonainen täytetty patonki**

Ensimmäisenä arvioitavana pikaruokana oli kokonainen täytetty patonki. Tämä esimerkki pikaruoka valittiin siksi, koska pikaruoka on paljon muutakin kuin hampurilaisia ja pizzaa. Tähän kysymykseen jätti vastaamatta kolme vastaajaa. Vastaajista suurin osa, 38 henkilöä (52 %) vastasi patongin sisältävän 5-7 juustoleipää. Toiseksi suosituin vastaus oli 2-4 juustoleipää jonka vastasivat 29 % vastanneista. 18 % vastanneista arvioi patongin vastaavan 8-10 juustoleipää ja reilu 1 % yli kymmentä juustoleipää.

Kokonainen täytetty patonki sisältää 752 kcal, jolloin se vastaa noin neljää juustoleipää. Vastanneista siis suurin osa uskoi täytetyn patongin vastaavan useampaa kuin neljää juustoleipää. Vastanneista 29 prosenttia arvioi patongin sisältävän 2-4 juustoleipää, joka on lähimpänä totuutta.

### **Kana-caesarsalaatti**

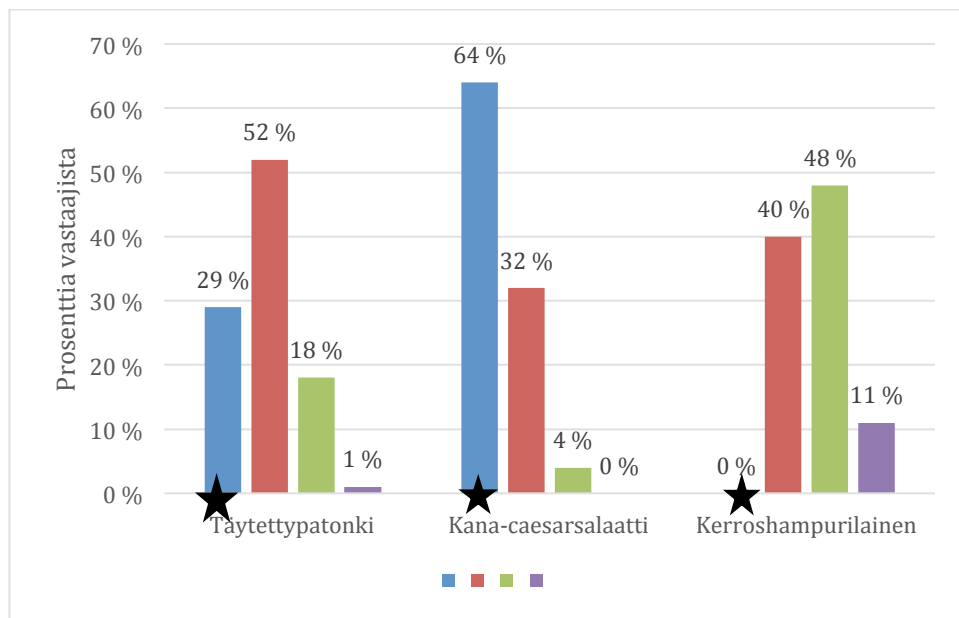
Toisena arvioitavana pikaruokana oli kana-caesarsalaatti. Yli puolet 64 % vastaajista arvioi kana-caesarsalaatin sisältävän 2-4 juustoleipää. Toiseksi yleisin vastausvaihtoehto oli 5-7 juustoleipää, jonka valitsivat 32 % vastaajista. Vain 4 % arvioi salaattissa vastaavan 8-10 juustoleipää. Kysymykseen vastasi kaikki 76 vastaajaa.

Kana-caesarsalaatti sisältää keskimäärin 205 kcal, joka on vain hieman enemmän kuin yhden juustoleivän kilokalorimäärä. Tämä tarkoittaa sitä, että kana-ceasar salaatti vastaa vain noin yhtä juustoleipää. Vastaajista noin puolet, eli 48 prosenttia vastasi tehtävän pienimmän määrän, eli 2-4 juustoleipää, joka on lähimpänä oikeaa vastausta. Kysymysvaihtoehdoissa olisi voinut olla myös vastausvaihtoehto yhdestä juustoleivästä tai alle.

### Kerroshampurilainen

Seuraavaksi arvioitavana pikaruokana oli kerroshampurilainen. Vastaajien vastaukset jakautuivat pääasiassa kahden vaihtoehdon kesken: 48 % vastasi 8-10 juustoleipää ja 40 % 5-7 juustoleipää. Lopuista vastanneista 11 % arvioi kerroshampurilaisen sisältävän yli kymmenen juustoleipää ja 1 % 2-4 juustoleipää. Tähän kysymykseen vastasi jokainen kysymyksen tehnyt.

Pikaruokaravintoloiden kerroshampurilainen sisältää keskimäärin 510 kcal, jolloin se vastaa noin kolmea juustoleipää. Tämä yllätti useita vastaajia, sillä lähes jokainen vastaaja uskoi kokonaisen täytetyn patongin sisältävän vähemmän energiaa kuin kerroshampurilainen. Vastaajista vain 1 % vastasi kysymykseen oikein. Lähes kaikki vastaajista uskoivat siis kerroshampurilaisen sisältävän todellisuutta enemmän energiaa.



Kuvio 11. Vastaajien arvio kolmesta ensimmäisestä pikaruokan sisältämästä energiamäärästä juustoleipään verrattuna. Oikeat vastaukset on merkitty tähdillä (n=76)

Kuviossa 11 on esitetty kuinka vastaajien äännet jakautuivat arvioitaessa kolme ensimmäistä pikaruokaa. Kaavioon on merkitty oikeat vastaukset tähdillä. Kaaviosta voidaan havaita, että vain kana-caesarin energian arvioimisessa suurin osa, eli 64 % vastaajista arvioi sen sisältämän energiamäärän oikein. Täytetyn patongin energiamäärän osasi arvioida vain 29 % vastaajista kun taas kerroshampurilaisen energiamäärän yliarvioivat kaikki 100 % vastaajista. Kaikissa kolmessa ensimmäisessä arvioitavassa pikaruokassa ensimmäinen vastausvaihtoehto: 2-4 juustoleipää oli lähimpänä todellisuutta.

### **Keskikokoinen kinkku-ananaspizza**

Myös keskikokoisen kinkku-ananaspizzan kohdalla vastaukset jakautuivat pääasiassa kahden eri vastauksen kesken. Yli puolet, 54 % vastaajista vastasi pizzan vastaavan 8-10 juustovoileipää. Seuraavaksi yleisin vastaus taas oli yli 10 juustoleipää, jonka valitsivat 42 % vastaajista. Vaihtoehto 5-7 juustoleipää sai ääniä 4 % vastaajista ja yksikään vastaaja ei uskonut pizzan sisältävän 2-4 juustoleipää.

Tehtävän vaihtoehtoista keskikokoinen kinkku-ananaspizza sisälsi kaikista eniten energiaa, eli 992 kilokaloria. Tällöin kyseinen pizza vastaa noin kuutta juustoleipää, jolloin vastaus 5-7 juustoleipää on lähimpänä todellisuutta. Kaikista kysymykseen vastanneista vain 4 prosenttia vastasi oikein, kun taas yli puolet 54 prosenttia vastasi kyseisen pizzan sisältävän 8-10 juustoleipää. Lähes kaikki vastaajista, eli 96 % yliarvioi siis myös pizzan sisältämän energiamäärän.

### **Suklaadonitsi**

Seuraavana arvioitavana kohteena oli kuviteltu suklaadonitsi. Vastaajista vähän alle puolet, 47 % vastasi donitsin vastaavan 5-7 juustoleipää. Seuraavaksi suosituin vastaus oli 8-10 juustoleipää jonka valitsivat 28 % vastaajista. Kolmanneksi suosituin vastaus oli 2-4 juustoleipää, jonka valitsi 21 % kaikista vastaajista ja yli 10 juustoleipää sai vain 4 % kannatuksen.

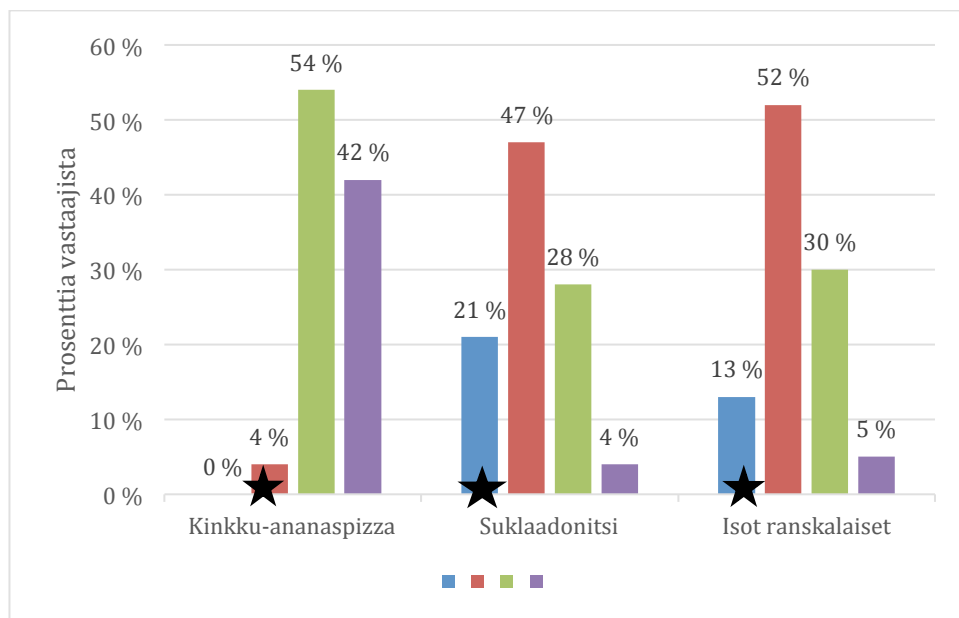
Tehtävän pikaruoista suklaadonitsi sisälsi kaikista vähiten energiaa, jopa kana-caesarsalaattia vähemmän. Suklaadonitsi sisältää noin 195 kilokaloria jolloin se vastaa vain yhtä juustoleipää. Vastaajista 21 % valitsi pienimmän vastausvaihtoehdon eli 2-4 juustoleipää, kun taas enemmistö 47 % uskoi suklaadonitsin vastaavan 5-7 juustovoileipää. Myös tässä tehtävän kohdassa olisi tuloksiin saattanut vaikuttaa se, jos vastausvaihtoehtoista olisi löytynyt yhden juustoleivän vaihtoehto. Toisaalta kuitenkin suurin osa vas-

taajista uskoi suklaadonitsin sisältävän enemmän kilokaloreita kuin todellisuudessa se sisältää.

### Isot ranskalaiset

Viimeiseksi arvioitavaksi pikaruoaksi oli annettu isot ranskalaiset. Vastaajista reilu enemmistö, 52 % vastasi ranskalaisten sisältävän 5-7 juustoleipää. Toiseksi eniten kannatusta sai 8-10 juustoleipää, jonka valitsivat 30 % vastaajista. Lopuista vastaajista 13 % antoi äänensä 2-4 juustoleivälle ja 5 % yli 10 juustoleivälle.

Uppopaistetut isot ranskalaiset sisältävät keskimäärin 475 kcal. Tämä tarkoittaa sitä, että isot ranskalaiset vastaavat noin kolmea juustoleipää, jolloin paras vaihtoehto on 2-4 juustoleipää. Kuitenkin vain 13 % vastaajista vastasi tehtävään oikein. Sen sijaan yli puolet, eli 52 % vastaajista uskoi isojen ranskalaisten vastaavan 5-7 juustoleipää.



Kuvio 12. Vastaajien arvio kolmesta viimeisestä pikaruoan sisältämästä energiamäärästä juustoleipään verrattuna. Oikeat vastaukset on merkitty tähdillä (n=76)

Kuviossa 12. esitetään vastaajien vastausten jakautuminen kolmen viimeisen pikaruoan arvioimisessa. Oikeat vastaukset on merkitty kaavioon tähdillä. Kaikissa kolmessa kysymyksen kohdassa vähemmistö vastaajista arvasi kysymykseen oikein. Voidaan siis todeta, että vastaaja arvioivat pikaruokien energiamäärät todellisuutta suuremmiksi. Esimerkiksi keskikokoinen kinkku-ananaspizza vastaa noin kuutta juustoleipää, jolloin 5-7 juustoleipää on lähimpänä oikeaa energiamäärää. Kuitenkin vain 4 % vastaajista vastasi oikein,



kun taas 96 % vastaajista uskoi sen vastaavan yli kahdeksaa juustoleipää. Suklaadonitsin ja isojen ranskalaisten kohdalla hieman useampi vastaajista osui energiamäärän arvioinnissa oikeaan. Suklaadonitsin energiamäärän osasi arvioida 21 % vastaajista, mutta kuitenkin suurin osa vastaajista arvioi myös suklaadonitsin energiamäärän todellisuutta suuremmaksi. Myös suurin osa vastaajista uskoi isojen ranskalaisten vastaavan useampaa juustoleipää kuin todellisuudessa sisälsi. Vain 13 % kaikista vastaajista arvioi ranskalaisten sisältävän todellisen määrän juustoleipiä, kun taas 87 % arvioi ranskalaisten sisältävän enemmän energiaa.

## 7 Tulosten pohdinta

Tässä tutkimuksessa kohderyhmänä olivat alle 30-vuotiaat Helsingissä liikkuneet nuoret aikuiset. Tutkimuksessa perusjoukosta poimittu otos vastaa näytettä sillä koko perusjoukko ei ollut paikalla tutkimushetkellä, jolloin otosta ei ole tehty sen vaativien menetelmien mukaisesti. Tällöin tutkimuksen näytettä pystytään pitämään tutkimusongelman esikartoitusvaiheena, eikä tuloksia voida vielä yleistää. (Kananen 2008, 70.)

Tutkimuksesta kävi ilmi, että pikaruuan energiapitoisuus on suhteellisen todenmukainen tutkittaville alle 30-vuotiaille nuorille. Kun puhutaan nuorten mielikuvista pikaruuan energiapitoisuutta kohtaan, käy tutkimuksesta ilmi, että nuorten mielikuva pikaruuan energiapitoisuudesta on melko totuudenmukainen. Saatuja tuloksia verratessa tutkittavien henkilöiden sukupuoleen tai koulutukseen, jäivät erot hyvin vähäisiksi. Kysymyksessä jossa nuorten tuli arvioida annettujen pikaruokien terveellisyyttä juustoleivän mukaan, saadut tulokset olivat hyvin realistiset. Vastaajat pääsääntöisesti yliarvioivat lähes jokaisen pikaruuan sisältävien juustoleipien määrän. Suosituin vastausvaihtoehto tehtävässä oli 5-7 juustoleipää, vaikkakin suurin osa pikaruoista sisälsi vain 1-4 juustoleipää. Osa annetuista pikaruoista vastasi lisäksi vain 1-1,5 juustoleipää. Suurin osa pikaruoista sijoittui siis oikeasti ensimmäisen vastausvaihtoehdon kohdalle, eli 2-4 juustoleipää. Yllättävää olikin, että suurin osa vastaajista koki pikaruokien sisältävän jopa kolmenkertaisesti juustoleipiä todellisuuteen nähden.

Tutkimus osoitti, että hinnan vaikutus pikaruuan valintaan on yllättävän vähäinen. Kysymyksessä jossa kysyttiin hinnan vaikutusta pikaruuan valintaan, edullinen hinta sai toiseksi vähiten vastauksia. Edullista hintaa enemmän päätökseen vaikutti ruoan miellyttävyys, nopeus ja hyvä sijainti. Kaikista tärkeimmäksi syyksi nousi siis huomattavalla enemmistöllä ruoan miellyttävyys. Toisaalta kysymyksessä 6. selvitettiin pikaruuan hinnan vaikutusta ostopäätökseen, jolloin tulokset olivat erilaiset. Huomattava enemmistö, 79 % koki pikaruuan hinnan vaikuttavan ostopäätökseen paljon tai ainakin jonkin verran. Voidaan siis päätellä, että vaikka pikaruuan hinta ei ole tärkein motiivi pikaruuan valintaan tai siellä syömiseen, vaikuttaa se silti huomattavasti pikaruuan ostotilanteessa. Tutkimustulokset osoittivat, että naisille hinta vaikutti ostopäätökseen hieman miehiä enemmän.

Tutkimustuloksista kävi ilmi, että vastaajille pikaruuan miellyttävyys oli tärkeämpää, kuin hinta tai nopeus. Toisaalta lähes kaikkien vastaajien mielestä hinta vaikutti ostopäätökseen ainakin jonkin verran. Tutkimus osoitti myös, ettei naisten ja miesten välillä ollut suu-

ria eroavaisuuksia. Lisäksi tutkimus osoitti, että nuoret ovat yhä kiinnostuneempia ruoan terveellisyydestä. Kaikista 76 vastanneesta 58 henkilö vastasi kiinnittävänsä ruoan terveellisyyteen huomiota paljon tai ainakin jonkin verran. Yllättävää oli kuitenkin, että vaikka ruoan terveellisyyteen kiinnitetään paljon huomiota, ravintolassa käydessä siihen kiinnitetään vähemmän huomiota kun kotona tai arkena. Useat vastanneet (yhteensä 16 henkilöä) sanoivat, ettei kiinnitä ravintolassa huomiota ruoan terveellisyyteen. Tätä suurin osa perusteli sillä, että kun ravintolaan mennään syömään, ei terveellisyyteen useimmiten kiinnitetä juuri huomiota. Voikin olla, että ruoan terveellisyyteen kiinnitetään enemmän huomiota kotona ruokaa laittaessa kun ravintolassa. Tähänkin vaikuttaa todennäköisesti nuorten tulot, jotka ovat todennäköisesti vielä vakituisesti töissä käyviä pienemmät. Silloin kun harvoin ravintolaan mennään, unohdetaan ruoan terveellisyys. Lisäksi moni vastaaja kertoi kiinnittävänsä huomiota yhden asian sijasta ruoan terveellisyyteen kokonaisuutena. Tutkimuksessa ei noussutkaan esille yhtä ainoaa seikkaa johon ruoan ostotilanteessa kiinnitetään huomiota. Eniten kannatusta vaihtoehdoista sai vähärasvaisuus ja – hiilihydraattisuus, sekä runsasproteiinipitoisuus.

Kyselytutkimuksen viimeisessä tehtävässä, jossa tehtävänä oli arvioida pikaruokien energiamääriä, kaikista epäterveellisemmäksi kyseisistä pikaruokista koettiin pizza ja vähiten epäterveelliseksi kana-caesarsalaatti. Miesten ja naisten vastaukset eivät eronneet merkittävästi toisistaan. Myöskään eri-ikäisten välisissä vastauksissa ei ollut huomattavaa eroavaisuutta. Nuorin ikäryhmä 18–21-vuotiaat arvioivat pikaruokat hieman vähemmän epäterveellisiksi kun taas 22–25-vuotiaat ja 26–30-vuotiaat. Yleisesti ottaen koulutustasulla ei ollut suurta vaikutusta vastauksiin. Lukion käyneistä vastaajista suurin osa valitsi pikaruokaravintolan selvästi useammin ruoan miellyttävyyden mukaan kun taas ammattikoulun ja yliopisto/korkeakoulun käyneillä lähes yhtä paljon vaikutti pikaruokaravintolan valintaan nopeus.

Tutkimuksen yhtenä tutkimusongelmana oli se, ymmärtävätkö nuoret energiansaannin käsitteenä ja vastaako heidän käsityksensä yleisiä suosituksia. Tutkimus osoitti nuorten energiansaannin mielikuvan olevan hyvin realistinen. Vastaajista esimerkiksi vain yksi uskoi saavansa päivässä alle 1000 kcal ja kukaan vastaaja ei myöskään kokenut saavansa päivässä enempää kuin 3500 kcal. Toisaalta vastausvaihtoehdot antoivat vastaajille osittain suuruusluokitusta, sillä vastausvaihtoehdot oli annettu valmiiksi. Mikäli vastaajat olisivat joutuneet vastaamaan kysymykseen avoimella vastauksella, olisivat tulokset voineet olla erilaiset. Tulokset osoittivat myös, että naiset arvioivat saavansa miehiä vähemmän energiaa päivässä. Yleisesti naisten päivän energiansaantisuositus on miehiä alempi, mutta toisaalta naisilla voi olla tapana myös aliarvioida tai kaunistella energian-

saantiaan. Lisäksi emme tietenkään voi olla täysin varmoja, että vastaajat vastasivat totuudenmukaisesti tai todellisuudessa saavat energiaa juuri arvioimansa verran.

### **Tutkimuksen validiteetti ja reliabiliteetti**

Sana validiteetti tulee alkujaan englanninkielisestä sanasta *validity*, millä tarkoitetaan pätevyyttä ja luotettavuutta. Tutkimuksessa validiteetilla tarkoitetaan siis tutkimuksen pätevyyttä, eli sitä onko tutkimuksessa tutkittu juuri sitä mitä haluttiin ja onko käytetty menetelmä ollut hyvä. Periaatteessa siis saatuja mittaustuloksia verrataan todelliseen tietoon kyseisestä ilmiöstä. (Kananen 2008, 79.)

Tutkimuksen validiteettia voidaan pyrkiä parantamaan esimerkiksi aiheen tarkalla rajaamisella. Tässä tutkimuksessa aihe pyrittiinkin rajaamaan mahdollisimman tiiviiksi niin, että se pysyy selkeästi yhdessä aiheessa. Hyvin rajattua aiheita on myös helpompi ja selkeämpi ymmärtää. Tutkimuksen kyselylomake tehtiin mahdollisimman tiiviiksi ja lyhyeksi, jolloin vastaajan olisi helppo ja nopea vastata siihen. Kysymykset olivat monivalintakysymyksiä, jotta saataisiin vastauksia juuri haluttuun ongelmaan, tulokset olisi helposti vertailtaessa ja se olisi mahdollisimman miellyttävä ja vaivaton vastaajalle. Näin ollen mahdollistettiin, että tutkimus mittaa juuri tutkittavaa asiaa.

Sana reliabiliteetti tulee taas englanninkielisestä sanasta *reliability*, millä tarkoitetaan uskottavuutta ja luotettavuutta. Tutkimuksessa reliabiliteetilla tarkoitetaan tutkimuksen mitta-  
rin tai menetelmän luotettavuutta, eli tutkimusmenetelmän kykyä saada tarkoitettuja tuloksia. Tällä tarkoitetaan siis, että saaduista tuloksista on poistettu sattuman vaikutus. Reliabiliteetilla ei voida kuitenkaan taata validiteettia. (Kananen 2008, 79.)

Tässä tutkimuksessa tutkimukseen saatiin 76 vastausta, mikä jäi hieman asetetusta tavoitteesta. Tästä syystä tuloksia ei voida vielä yleistää, mutta niitä voidaan käyttää esikartoitustutkimuksena. Tutkimuksen on kuitenkin luotettava tiedonkeruun ja tutkimuksen osalta. Kaikki saadut vastauslomakkeet olivat analyysikelpoisia. Kyselylomakkeet sai täyttää anonymisti, jolloin vastaajien on helpompi vastata totuudenmukaisesti. Lomake oli tehty myös tarpeeksi lyhyeksi ja nopeaksi, jolloin lukijan on todennäköisesti ollut helpompi se täyttää. Mikäli kyselylomake olisi ollut liian pitkä, olisi vastaajien mielenkiinto voinut loppua.

Kaiken kaikkiaan tutkimuksen validiteetti, sekä reliabiliteetti ovat hyvät. Kyselytutkimus toteutettiin niin, että mahdolliset sattuman vaikutukset poistettiin, sillä vastaajat poimittiin

eri puolilta Helsinkiä sattumanvaraisesti. Mikäli tutkittavat henkilöt olisi poimittu esimerkiksi samasta koulusta, olisi yhteinen koulutus voinut vaikuttaa saatuihin tuloksiin. Kyselylomake tehtiin niin, että vastausvaihtoehdot oli annettu valmiiksi, jotta vastauksia saatiin juuri niihin kysymyksiin joita haluttiin tutkia. Kysely oli mahdollista täyttää anonyyminä, joka madalsi todennäköisesti vastaajien kynnystä siihen osallistumiseen. Mikäli tutkimus tehtäisiin uudelleen, saadut tulokset tuskin poikkeaisivat huomattavasti näistä tuloksista.

## 8 Johtopäätökset

Tässä luvussa pohditaan opinnäytetyön kulkua ja onnistumista. Lisäksi esitetään kehitysehdotuksia, jotka olisivat voineet vaikuttaa opinnäytetyön laatimiseen. Kehitysehdotuksissa ja onnistumisissa arvioidaan opinnäytetyön rakennetta, tietoperustaa, sekä tutkimuksen tekoa.

Tämän opinnäytetyön tutkimuksen päätutkimusongelmana oli selvittää vastaako nuorten mielikuva pikaruoan energiapitoisuudesta todellisuutta. Tutkimukselle asetettiin myös kolme alaongelmaa jotka olivat: Kiinnittävätkö nuoret pikaruoan terveellisyyteen huomiota, vaikuttaako pikaruoan hinta ostopäätökseen ja ymmärtävätkö nuoret oman energiantarpeensa ja vastaako se yleisiä suosituksia. Tutkimukseen haettiin vastauksia määrällisen tutkimusmenetelmän avulla, jonka tulokset analysoitiin Webropol-työkalun avulla.

Saatujen tutkimustulosten perusteella voidaan todeta, että haastateltavat alle 30-vuotiaiden nuorten käsitys pikaruoan energiapitoisuudesta vastaa melko hyvin todellisuutta. Nuoret tiedostavat pikaruoan sisältävän paljon energiaa, mutta toisaalta eivät kiinnitä siihen juuri huomiota ostotilanteessa. Ruoan terveellisyyteen kiinnitetään huomiota paljon tai ainakin jonkin verran, mutta ravintolassa ruokaillessa ruoan terveellisyydellä ei juuri ole merkitystä. Tutkimuksen tulokset osoittivat lisäksi, että nuorten ostopäätökseen hinta vaikuttaa jonkin verran tai paljon. Hintaa tärkeämpi tekijä pikaruokapaikan valintaa on kuitenkin ruoan miellyttävyys, hyvä sijainti ja nopeus. Pikaruosta oltiin siis valmiita maksamaan, kunhan ruoka koetaan miellyttäväksi. Tutkimustulosten myötä voidaankin sanoa, että tutkimusongelmiin saatiin vastaus.

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää vastaako nuorten käsitys pikaruoan energiapitoisuudesta todellisuutta. Lisäksi haluttiin selvittää pikaruoan hinnan merkitys ja suurin motiivi pikaruokaravintolan valintaan. Tavoitteet saavutettiin työssä hyvin. Tutkimuksen avulla saatiin vastauksia tutkimusongelmiin ja tällöin myös tavoitteet saavutettiin. Tulokset osoittautuivat odotettua positiivisemmiksi.

Opinnäytetyön tietoperusta onnistui lopulta hyvin. Työn alussa lähteiden löytäminen osoittautui haastavaksi, mutta lopulta lähteitä onnistuttiin löytämään. Tietoperusta onnistuttiin rajaamaan tarpeeksi tiiviiksi, mutta kuitenkin sellaiseksi, että se pohjusti hyvin tutkimuksen tekoon. Tietoperusta onnistui hyvin myös siinä mielessä, että siinä käsiteltiin ajankohtaisia aiheita. Tietoperustassa esimerkiksi tutustuttiin viimeisimpiin ravitsemussuosituksiin ja

tutustuttiin nuorten kulutukseen. Alkujaan tietoperusta koostui yhteensä viidestä eri kappaleesta, mutta lopulta päädyttiin tiivistämään se kolmeen kappaleeseen, jottei tietoperusta ole liian rönsyilevä ja näin myös lähteiden välistä diskurssiota saatiin parannettua. Kehitysehdotukseksi tietoperustassa olisi voitu käyttää vielä enemmän lähteitä. Tällöin tietoperustaan olisi saatu aikaan vielä enemmän vuoropuheisuutta, eli diskurssia. Toisaalta työn aihe oli sellainen, ettei kaikista aiheista löytynyt hirvittävästi lähteitä. Esimerkiksi suomalaiset ravitsemussuositukset julkaisee Valtioin ravitsemusneuvottelukunta, jolloin muita lähteitä ei ole juuri saatavilla. Tietoperustaa pyrittiin selkeyttämään erilaisten kuvioiden ja kaavioiden avulla, jonka koettiin onnistuneeksi. Kaaviot ja kuviot helpottavat lisäksi työn silmäilyä ja lukemista.

Tutkimus onnistui lopulta mielestäni melko hyvin. Asetetusta vastaajamäärästä jäätiin hieman jälkeen, joka tietysti vaikutti jonkin verran saatuihin tutkimustuloksiin. Suuremmalla vastaajamäärällä olisi saatu entistä luotettavampaa tietoa. Työn haastavimmaksi osaksi osoittautui kyselytutkimuksen toteuttaminen ja näytteen kerääminen. Ihan opinnäytetyön alussa tarkoituksena oli toteuttaa tutkimus laadullisella menetelmällä ja kerätä aineisto haastattelemalla. Lopulta kuitenkin päädyttiin siihen, että määrällinen tutkimus palvelee paremmin aihetta. Haasteeksi osoittautui kuitenkin haastateltavien kerääminen. Perusjoukon haluttiin olevan mahdollisimman monipuolinen ja kattava, jolloin tutkittavat henkilöt ovat kaikki eri taustaisia. Pitkän pohdinnan ja muutaman vastoinkäymisen myötä opinnäytetyöntekijä päätyi yhdessä ohjaajan kanssa siihen, että tutkimuksen näyte poimitaan satumanvaraisesti julkisilta paikoilta. Näin varmistettiin, että näyte on riittävän monipuolinen ja luotettava.

Jälkeenpäin ajateltuna myös muutamia asioita olisi voinut toteuttaa eritavalla kyselylomakkeessa. Eniten palautetta vastaajilta sai kyselylomakkeen yhdeksäs kysymys, jossa selvitettiin mihin seikkoihin vastaaja kiinnittää huomiotaan ruoan ostotilanteessa ravintolassa. Useat vastaajat kaipasivat vastausvaihtoehtoa ”en mihinkään” tai ”terveellisyteen/ravintoarvoihin yleensä”. Monet vastaajat perustelivat tätä sillä, että kun pikaruokaa syödään, ei välitetä sen epäterveellisyydestä. Toinen kysymys jota olisi voinut tarkentaa, oli kysymys kahdeksan, jossa kysyttiin vastaajan huomion kiinnittämistä ruoan terveellisyteen. Kysymys olisi tullut tarkentaa selvemmin koskemaan joko ravintolakäyttäytymistä tai yleisellä tasolla. Viimeinen kyselylomakkeen kysymys joka olisi jälkeenpäin voinut vaatia tarkennusta, oli viimeinen yhdestoista kysymys. Havainnointitehtävässä oli käytetty apuna juustoleipää. Sana juustoleipä aiheutti kuitenkin hämmennystä yllättävän monella vastaajalla, sillä tarkoittamani juustovoileipä sekoitettiin muutaman kerran Pohjois-Suomessa valmistettavaan leipäjuustoon. Tilanne korjaantui kuitenkin yleensä viimeistään

siinä vaiheessa kun havainnollistavat kuvat esitettiin, jossa oli myös kuva juustoleivästä. Toisaalta kuitenkin kyselylomakkeen avulla saatiin kattavasti tietoa vastaajilta ja anonyymi kyselylomake edesauttoi sitä, että vastaajien oli helppo vastata kyselyyn. Mikäli kyselytutkimuksen toteuttamiselle olisi ollut hieman enemmän aikaa, olisi kysely voitu testata ennen varsinaisen tutkimuksen toteuttamista. Aikaraja kuitenkin vaikutti siihen, että kyselytutkimus päätettiin toteuttaa yhdellä kerralla.

Tutkimustulokset osoittivat, että nuoret alle 30-vuotiaat aikuiset kiinnittävät huomiota ruoan terveellisyyteen, mutta ravintolassa käytäessä ruoan terveellisyys ei ole päällimmäisenä mielessä. Myös vuoden 2014 ravitsemussuosituksissa painotetaan ruokavalion kokonaisuuden ja terveyden yhteyttä. Jos ruokavalio on pääsääntöisesti monipuolinen ja terveellinen, on välillä myös lupa nauttia pikaruokaa sen energiapitoisuudesta huolimatta. Tutkimuksissa saadut tutkimustulokset vastaavat myös Finravinto 2012 – tutkimuksen tuloksia. Tutkimuksen mukaan miehet saivat päivässä noin 2243 kcal ja naiset 1733 kcal. Tämä vastaa myös kyselytutkimuksessa vastanneiden arvioita heidän päivän energiansaannistaan.

Yhdysvaltalaisen tutkimuksen mukaan yhdysvaltalaiset aliarvioivat pikaruokaravintolan lounaan energiamäärän jopa 23 prosentilla (Corby-Edwards 2012, 2). Tutkimustulosten perusteella voidaan kuitenkin todeta, että suomalaiset alle 30-vuotiaat nuoret jopa yliarvioivat pikaruokien sisältämät energiamäärät. Kuitenkin mikäli Suomeen otettaisiin käyttöön Yhdysvaltojen tapaan pikaruokien energiamäärien merkitseminen pikaruokaravinto-  
laiden ruokalistoihin, suurin osa nuorista uskoi sen vaikuttavan ainakin jonkun verran heidän ostopäätökseensä pikaruokaravintolassa.

Tulosten perusteella voidaan siis sanoa, että alle 30-vuotiaiden nuorten käsitys pikaruoan energiapitoisuudesta on hyvin todenmukainen ja nuoret ymmärtävät energiansaannin käsitteenä. Nuoret kiinnittävät huomiota ruoan terveellisyyteen, mutta pikaruokaravintolassa pikaruoan terveellisyys ei ole tärkein tekijä. Pikaruoan valintaan vaikuttaa sen hinta, vaikka tärkein syy sen valintaan on ruoan miellyttävyys.

Kaiken kaikkiaan opinnäytetyön aihe osoittautui haastavaksi, mutta mielenkiintoiseksi. Jatkotutkimusmahdollisuutena olisi esimerkiksi mahdollista tutkia kuinka pikaruokaravinto-  
laiden ruokalistoihin lisätyt ravintoainemerkinnät vaikuttavat kuluttajien ostopäätökseen. Toiseksi saatuja tutkimustuloksia voitaisiin verrata yli 30-vuotiaille tehtyyn tutkimukseen ja vertailla tuloksia.



## Lähteet

Autio, M. & Paju, P. 2005. Kuluttava nuoruus. Nuorisotutkimusseuranta. Nuorten elinolo-  
vuosikirja julkaisusarja 62. Yliopistopaino Oy. Helsinki.

Bergström, S. & Leppänen, A. 2009. Yrityksen asiakasmarkkinointi. 13. uudistettu painos.  
Edita. Helsinki.

City-lehti 2005. MeWe-sukupolvi. Luettavissa: <http://www.city.fi/ilmiot/mewe-sukupolvi/1729>. Luettu 22.10.2014.

Corby-Edwards, A. 2012. Congressional Research Service: Nutrition Labeling of Restau-  
rant Menus. Analyst in Public Health and Epidemiology. Luettavissa:  
<http://fas.org/sqp/crs/misc/R42825.pdf>. Luettu: 20.09.2014.

Elintarviketurvallisuusvirasto Evira. 2014. Elintarvikkeet. Ravintoarvomerkinnät. Luettavis-  
sa:  
<http://www.evira.fi/portal/fi/elintarvikkeet/valmistus+ja+myynti/pakkausmerkinnat/ravintoarvomerkinnat>. Luettu: 18.09.2014.

Helenius, S. 2011. ”Opiskelijat maksavat ruokaostoksensa pikavipeillä”. Taloussanomat.  
5.5.2011. Luettavissa: <http://www.taloussanomat.fi/uutinen/2011/05/05/opiskelijat-maksavat-ruokaostoksensa-pikavipeilla/20115974/243#>. Luettu: 22.10.2014.

Helkama, K. & Myllyniemi, R. & Liebkind, K. 2010. Johdatus sosiaalipsykologiaan. 3.–8.  
Painos. Edita. Helsinki.

Kananen, J. 2008. Kvantti. Kvantitatiivinen tutkimus alusta loppuun. Jyväskylän yliopisto-  
paino. Jyväskylä.

Lampikoski, K. & Lampikoski, T. 2000. Kuluttajavisiot –näköaloja kuluttajakäyttäytymisen  
tulevaisuuteen. Markkinointi-instituutin kirjasarja N:o 51. WSOY. Porvoo.

Opetushallitus. 2011. Hyvä elämä. Maslow’n tarvehierarkia. Luettavissa:  
[http://www.edu.fi/miina\\_ja\\_ville\\_etiikkaa\\_etsimassa/hyva\\_elama/kommentit/mika\\_ohjaa/tarpeet/maslow](http://www.edu.fi/miina_ja_ville_etiikkaa_etsimassa/hyva_elama/kommentit/mika_ohjaa/tarpeet/maslow). Luettu 14.10.2014.

Parkkinen, K. & Sertti, P. 2006. Avain ravitsemukseen. 1. Painos. Otava. Keuruu.

Saariaho, S. 2009. 400 miljoonaa teinien käsissä. Taloussanomat. 8.4.2009. Luettavissa: <http://m.taloussanomat.fi/?page=showSingleNews&newsID=20099080>. Luettu: 22.10.2014.

Sosiaali- ja terveysministeriö. 2008. Valtioneuvoston periaatepäätös terveyttä edistävän liikunnan ja ravinnon kehittämissuunnitelmista. Luettavissa: [http://www.stm.fi/julkaisut/nayta/\\_/julkaisu/1069549#fi](http://www.stm.fi/julkaisut/nayta/_/julkaisu/1069549#fi). Luettu 22.10.2014.

Suomalainen lääkäri-seura Duodecim. 2011. Päivittäinen energiantarve. Luettavissa: [http://www.duodecim.fi/kotisivut/sivut.nayta?p\\_sivu=99383](http://www.duodecim.fi/kotisivut/sivut.nayta?p_sivu=99383). Luettu: 19.11.2014.

Taloussanomat 2013. Uutiset. Liikaa tietoa: Gourmet-ravintoloiden menut köyhtyvät. Artikkelit. Luettavissa: <http://www.taloussanomat.fi/palvelut/2013/07/31/liikaa-tietoa-gourmet-ravintoloiden-menut-koyhtyvat/201310655/12>. Luettu: 18.09.2014.

Terveellinen ruokavalio. 2014. Energiankulutus, perusaineenvaihdunta. Luettavissa: <http://terveellinenruokavalio.com/?p=247>. Luettu: 16.09.2014.

Terveyden ja hyvinvoinnin laitos. 2014. Fineli. Ruokakori. Voileipä. Luettavissa: <http://www.fineli.fi/foodbasket.php?action=add&foodid=29132&id=0&lang=fi>. Luettu: 19.11.2014.

Terveyden ja hyvinvoinnin laitos. 2012. Finravinto 2012 -tutkimus. The National FINDIET 2012 Survey. 2013. Luettavissa: [https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/110839/URN\\_ISBN\\_978-952-245-951-0.pdf?sequence=1](https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/110839/URN_ISBN_978-952-245-951-0.pdf?sequence=1). Luettu: 08.10.2014.

Tilastokeskus. 2009. Nuorten kotitalouksien asema kulutuksessa. Hyvinvointikatsaus 1/2009. Luettavissa: [http://www.stat.fi/artikkelit/2009/art\\_2009-03-16\\_003.html?s=0](http://www.stat.fi/artikkelit/2009/art_2009-03-16_003.html?s=0). Luettu: 08.10.2014.

Uusi asetus elintarviketietojen antamisesta kuluttajalle 1169/2011/EU. Euroopan parlamentin asetus (EU) N:o 1169/2011 elintarviketietojen antamisesta asiakkaalle. Euroopan parlamentti. Elintarviketurvallisuus. Luettavissa:

[http://www.europarl.europa.eu/aboutparliament/fi/displayFtu.html?ftuid=FTU\\_5.5.5.html](http://www.europarl.europa.eu/aboutparliament/fi/displayFtu.html?ftuid=FTU_5.5.5.html).

Luettu: 18.09.2014.

Valtion ravitsemusneuvottelukunta 2014. Terveyttä ruoasta. Suomalaiset ravitsemussuositukset 2014. Luettavissa:

[http://www.ravitsemusneuvottelukunta.fi/files/attachments/fi/vrn/ravitsemussuositukset\\_2014\\_fi\\_web.pdf](http://www.ravitsemusneuvottelukunta.fi/files/attachments/fi/vrn/ravitsemussuositukset_2014_fi_web.pdf). Luettu: 01.09.2014.

Valtion ravitsemusneuvottelukunta 2005. Suomalaiset ravitsemussuositukset. Ravinto ja liikunta tasapainoon. Luettavissa:

<http://www.ravitsemusneuvottelukunta.fi/attachments/vrn/ravitsemussuositus2005.fin.pdf>.

Luettu: 20.09.2014.

## Liitteet

### Liite 1. Tutkimuksen kyselylomake

#### Kyselylomake:

Perustiedot:

1. Ikä  18-21  22-25  26-30
2. Sukupuoli  Nainen  Mies
3. Koulutus  Lukio  Ammattikoulu  
 Yliopisto/korkeakoulu  Joku muu

4. Kuinka usein syöt pikaruokaravintolassa? Valitse sopivin vaihtoehto.

- Kerran viikossa  Useamman kerran viikossa  
 Kerran kuukaudessa  Useamman kerran kuukaudessa  
 Harvemmin kuin kerran kuukaudessa

5. Millä perusteella valitset pikaruokaravintolan? Rastita tärkein vaihtoehto.

- Edullinen hinta  Nopeus  Hyvä sijainti  
 Ruoan miellyttävyys  Jokin muu syy

6. Vaikuttaako pikaruoan hinta ostopäätökseesi? Valitse sopivin vaihtoehto.

- Ei juuri  Vähän  Jonkin verran  
 Paljon

7. Jos pikaruokaravintoloiden ruokalistoihin olisi merkitty pikaruokien ravintosisältö, vaikuttaisiko se ostopäätökseesi? Valitse sopivin vaihtoehto.

- Ei juuri                                       Vähän                                       Jonkin verran  
 Paljon

8. Kiinnitätkö ruokavalinnoissa huomiota ruoan terveellisyyteen? Valitse sopivin vaihtoehto.

- En juuri                                       Vähän                                       Jonkin verran  
 Paljon

9. Mihin seikkoihin kiinnität huomiota ruoan ostotilanteessa ravintolassa? Valitse yksi tai useampi vaihtoehto.

- Vähärasvaisuuteen                                       Vähähiilihydraattisuuteen  
 Runsaaseen proteiinipitoisuuteen                                       Kasvisten runsaaseen määrään  
 Vähäsuolaisuuteen                                       Vähäiseen sokerinmäärään  
 Johonkin muuhun, mihin?
- 

10. Kuinka paljon energiaa (kcal.) arvioit saavasi päivässä ruoasta? Valitse sopivin vaihtoehto.

- alle 1000 kcal.                                       1500-2000 kcal.                                       2000-2500 kcal.  
 2500-3000 kcal.                                       3000-3500 kcal.                                       3500-4000 kcal.  
 yli 4000 kcal.

11. Vertaile kuvia. Kuinka monta juustoleipää uskot näiden pikaruokien sisältävän? Rastita yksi vaihtoehto.

**a) Kokonainen täytetty patonki**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 2-4 juustoleipää  | <input type="checkbox"/> 5-7 juustoleipää    |
| <input type="checkbox"/> 8-10 juustoleipää | <input type="checkbox"/> yli 10 juustoleipää |

**b) Kana-caesarsalaatti**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 2-4 juustoleipää  | <input type="checkbox"/> 5-7 juustoleipää    |
| <input type="checkbox"/> 8-10 juustoleipää | <input type="checkbox"/> yli 10 juustoleipää |

**c) Kerroshampurilainen**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 2-4 juustoleipää  | <input type="checkbox"/> 5-7 juustoleipää    |
| <input type="checkbox"/> 8-10 juustoleipää | <input type="checkbox"/> yli 10 juustoleipää |

**d) Keskokokoinen kinkku-ananaspizza**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 2-4 juustoleipää  | <input type="checkbox"/> 5-7 juustoleipää    |
| <input type="checkbox"/> 8-10 juustoleipää | <input type="checkbox"/> yli 10 juustoleipää |

**e) Suklaadonitsi**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 2-4 juustoleipää  | <input type="checkbox"/> 5-7 juustoleipää    |
| <input type="checkbox"/> 8-10 juustoleipää | <input type="checkbox"/> yli 10 juustoleipää |

**f) Isot ranskalaiset**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 2-4 juustoleipää  | <input type="checkbox"/> 5-7 juustoleipää    |
| <input type="checkbox"/> 8-10 juustoleipää | <input type="checkbox"/> yli 10 juustoleipää |

## Juustoleipä



### a) Kokonainen täytetty patonki



### b) Kana-caesarsalaatti



**c) Kerroshampurilainen**



**d) Keskikokoinen kinkku-ananaspizza**



**e) Suklaa donitsi**





**f) Isot ranskalaiset**



## Liite 2. Pikaruokien sisältämät kilokalorit ja niiden vastaavuus juustoleivissä

|                                  | Kcal | Juustoleipää (170 kcal) |
|----------------------------------|------|-------------------------|
| Kokonainen täytetty patonki      | 752  | 4                       |
| Kerroshampurilainen              | 510  | 3                       |
| Kana-caesarsalaatti              | 205  | 1                       |
| Suklaadonitsi                    | 195  | 1                       |
| Isot ranskalaiset                | 475  | 3                       |
| Keskikokoinen kinkku-ananaspizza | 992  | 6                       |
|                                  |      |                         |